

Forum

Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin



Jane Goodall

im Dialog mit Top-Managern

Green Events

Boom in der Veranstaltungsbranche

Menschen im Wandel

Achtsamkeit und Energie in Unternehmen

Neu entdeckt

Stroh als Baustoff der Zukunft

Was kostet die Welt?

Naturkapitalbilanzierung für Unternehmen



TOOOOOR! 3:0 FÜR NACHHALTIGKEIT
So kann Fußball die Welt verändern



03

197584 507505

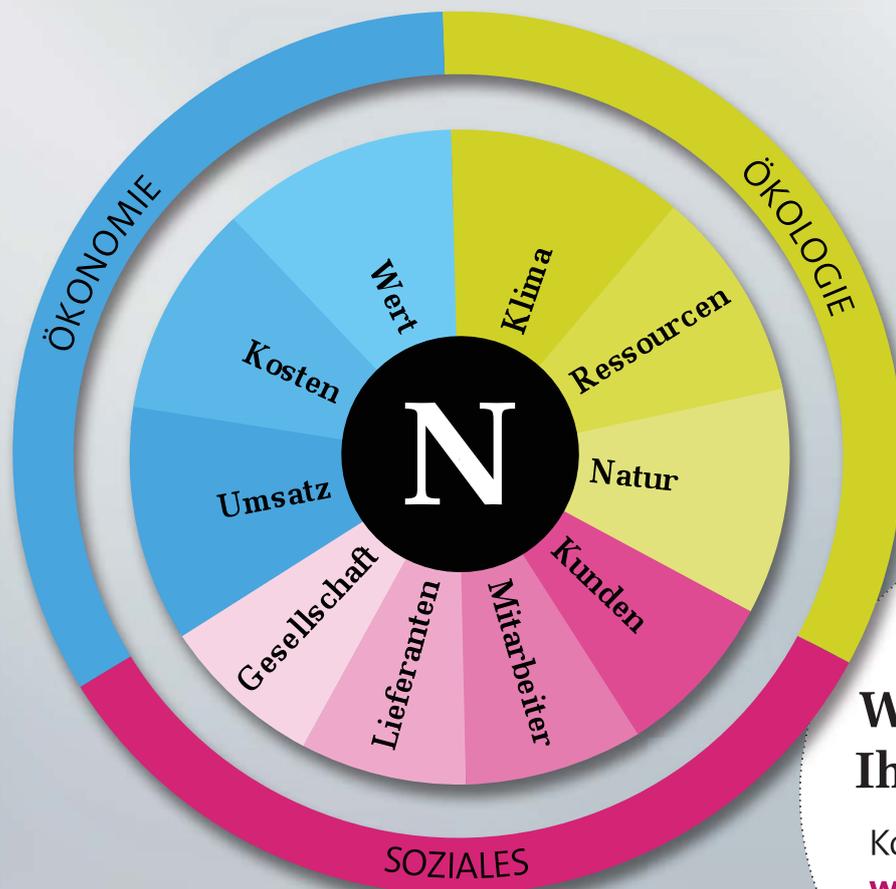


KOMPASS

NEU!

Endlich hat nachhaltiges Wirtschaften Methode.

Der **N-Kompass** ist das neue Online-Werkzeug für den Mittelstand.
Damit bringen Sie Ihr Unternehmen Schritt für Schritt auf Nachhaltigkeits-Kurs.
Selbstständig, systematisch und ohne teure Berater!



**Wie nachhaltig ist
Ihr Unternehmen?**

Kostenlose Analyse unter
www.n-kompass.de/fnw

N-Kompass. Nachhaltig wirtschaften mit Methode.

30 Jahre und kein bisschen leise ...

... das kann man von B.A.U.M. e.V. wohl behaupten. Was vor 30 Jahren als zarte Initiative begann, hat sich zum stärksten Verband engagierter Unternehmen in Deutschland entwickelt. Über Höhen und Tiefen berichtet Prof. Dr. Maximilian Gege im Interview und lädt alle **forum**-Leser zum großen B.A.U.M.-Jubiläum nach Hamburg ein. Dort finden am 29. und 30. September 2014 der B.A.U.M.-Kongress und die renommierte Umweltpreisverleihung statt. Neben Salut Salon werden auch Solisten der Söhne Mannheims und Peter Maffay ein Geburtstagsständchen anstimmen. Einen der Preisträger dürfen wir schon heute verraten: Den internationalen Sonderpreis erhält Dr. Jane Goodall, die weltberühmte Primatenforscherin. Ihr ist unser Beitrag „Mauern durchbrechen – feiern wie nie“ gewidmet. Wir gratulieren damit nicht nur ihr zum 80. Geburtstag, sondern auch B.A.U.M. zu seinem 30-jährigen Jubiläum und Prof. Dr. Maximilian Gege zu seinem 70. Lebensjahr.

Olé, Olé, Olé Olé Olé

Vorher hält uns ein Großereignis in Atem. Die Fußball WM ist wieder ein sportlicher Wettkampf der Superlative und wir bedauern, dass wie immer kurz vorher negative Stimmung (Tod und Spiele) in den Medien gemacht wird, aber nach der Veranstaltung keine Veränderungen angemahnt werden. Wir fordern deshalb von Großveranstaltern und Trägerorganisationen wie der FIFA, dem IOC, dem Kirchentag oder dem Oktoberfest die Erstellung und Einhaltung verbindlicher Regeln für Compliance und Nachhaltigkeit. Wir fordern die Berücksichtigung der Bedürfnisse von Land und Leuten. Lesen Sie dazu den Beitrag „Chancen verpasst“ in unserem Fußball Schwerpunkt. Wie Events vorbildlich durchgeführt werden können, verraten wir Ihnen in unserem Special Green Events.

Unsere Themen

Gewaltfreie Kommunikation verbessert die Firmenkultur und reduziert Stress. Einen bewährten Ansatz finden Sie im Bereich Gesundheit.

Als einen neuen Mobilitäts-Trend haben wir die Rückkehr zum guten alten Lastenrad ausgemacht. Mit neuer Technik und E-Antrieb sind diese Cargo-Bikes gerade für Unternehmen eine wertvolle Bereicherung des Fuhrparks. In der Rubrik Green Money beleuchten wir kritisch das Investment in Waldfonds und berichten, warum Oneplanetcrowd, der führende Player für nachhaltiges und soziales Investment, von Holland nach Deutschland expandiert.

Strohballen könnten die Bausteine – und Erfinder die Helden der Zukunft sein. Diesen Ausblick und vieles mehr finden Sie in der vorliegenden **forum** Nachhaltig Wirtschaften. Und während Sie dieses Heft durchblättern, arbeiten wir schon wieder mit Begeisterung an der nächsten Ausgabe. Auf der letzten Seite erhalten Sie einen kleinen Vorgeschmack, zu welch spannenden Themen wir für Sie recherchieren dürfen.

Deutschland feiert

Ein weiteres Jubiläum steht an: ALTOP wird ebenfalls 30 Jahre alt und präsentiert im nächsten Heft seine Wegbegleiter und Pioniere der Nachhaltigkeit. Damit sich auch andere Jubilare vorstellen können, gewähren wir für runde Geburtstage einen Rabatt auf unsere Anzeigenpreise in Höhe der Jubiläumsjahre. Wenn Ihr Unternehmen also 10, 20, 50 oder gar 100 Jahre im Einsatz für nachhaltiges Wirtschaften ist, sollten Sie ganz schnell Kontakt mit uns aufnehmen, Ihr Portrait mit uns abstimmen und das gesparte Budget in Ihre Feier investieren. Denn man wird ja nur einmal ...

Und nun grüße ich Sie, gemeinsam mit meinem Passagier, Dr. Franz Alt, vom ALTOP Lastenrad und wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Ihr



Fritz Lietsch
f.lietsch@forum-csr.net





12

Im grünen Bereich?
Fußball-WM, Bundesliga und mehr.



36

Grün Tagen und Tagen im Grünen:
Eventmanagement mit Herz und Hirn

- 3 Editorial
- 6 **Die Wutbürger formieren sich** Gedanken zu TTIP und der Europawahl
- 8 **forum-News**
- 9 **Gute Nachrichten von Love Green**
- 10 **Unternehmens-News**

Schwerpunkt: Nachhaltigkeit und Fußball

- 14 **Aufstieg in die Bundesliga** Wie Straßenfußball Jugendlichen den Start ins Leben erleichtert
- 18 **Rote Karte für Einweg!** Böse Fouls in vielen Stadien
- 20 **1:0 für die Umwelt ...** Die Vereine werden aktiv: Energie, Wasser, CO₂
- 23 **... aber ist das genug?** Was Fußballvereine noch tun können
- 26 **Die verpasste Chance** Katerstimmung in Brasilien? Was nach Großveranstaltungen übrig bleibt

Special: Green Events

- 30 **Kongress und Glitzer** 370 Millionen Teilnehmer auf Messen und Kongressen hinterlassen Berge
- 36 **Alpengrün forum** Interview über grünes Tagen in den Alpen
- 38 **An Kassel führt kein Weg vorbei** Warum Kassel das Tagungszentrum Europas ist

- 42 **Sonderteil: WIR – Menschen im Wandel**
- 44 **Für Spitzenmanager** Die Glut unter der Asche schüren
- 49 **Dabeisein lohnt** Projekte für den Wandel
- 50 **Weimarer Visionen** Wo Geist und Style sich treffen
- 51 **Visionen für die Wirtschaft** Eine blühende Welt
- 54 **Anklang findet, wer im Einklang mit sich ist** Glaubwürdig und kraftvoll kommunizieren

Themen

Personalmanagement

- 56 **Konflikte am Arbeitsplatz ...** rauben Geld und Nerven, auf allen Ebenen

Biodiversität

- 58 **Der Herr der Fliegen** Ausgleichsflächen für Insekten

Gesundheit im Unternehmen

- 63 **Achtsam arbeiten** Wie „Mindfulness“ Burn-out vorbeugen kann
- 66 **Maximale Bewegungsfreiheit im Cross Generation Office** Über Anforderungen an Büros von morgen

Nachhaltig Bauen

- 68 **Stroh – Das neue Gold am Bau?** Ja!



68

Revolution am Bau:
Gebäude aus Stroh



111

Heldenstory: Was Manager von
Jane Goodall lernen können.

Green Money

- 74 **Waldinvestments** Mit Vorsicht zu genießen
- 79 **Crowdchampions** Was Gemeinschaft bewegen kann

Unternehmensführung

- 81 **Serie „Der CSR-Manager“** Die Umsetzung
- 86 **Der Preis ist heiß** Nachhaltige Preisgestaltung
- 88 **Latzhose und Ökosandalen waren gestern** Wege zur Nachhaltigkeit für den Mittelstand
- 90 **Was kostet die Welt?** Naturkapitalbilanzierung auf dem Vormarsch

Mobilität

- 94 **Lastenräder kommen leise aber gewaltig** Ein All-roundtalent für den Transport auf kurzen Strecken

Weltveränderer

- 100 **Erfinder retten die Welt** Innovationen begegnen globalen Herausforderungen
- 104 **Für Uli Hoeneß ist Öko Quatsch** Interview mit Karl Ludwig Schweisfurth über Fleischimperien und symbiotische Landwirtschaft
- 108 **Mehr als ein Apfelbäumchen** Interview mit Prof. Dr. Gege zum B.A.U.M.-Jubiläum
- 111 **Mauern durchbrechen – Feiern wie nie!** Jane Goodall, ein Leben für den Umweltschutz

Social Business

- 116 **Schüler als Unternehmer helfen mit Geld und Ideen!** Entwicklungshilfe – früh übt sich

Energie und Klima

- 119 **Die Sonne schickt uns keine Rechnung** Neue Geschäftsmodelle für Solaranlagen

121 SERVICE

- 122 **forum** Medientipps
- 124 **B.A.U.M.** informiert
- 126 **forum** Events im Rückblick
- 128 **forum** Events in der Vorschau
- 130 Themenvorschau und Impressum



Das Volk
der

Direkte
Demo-
kratie
- jetzt!

Volks-
entscheid
bundes-
weit!

161.485
Bürger/innen fordern:
**Volksentscheid
jetzt bundes-
weit!**

campact.de MEHR DEMOKRATIE OMNIBUS

Foto: © Mehr Demokratie e.V.



Die Wutbürger formieren sich

Kampfrunde Europawahl: Von einem entscheidenden Schlag gegen das Freihandelsabkommen TTIP kann keine Rede sein. Aber der Widerstand formiert sich und wird immer stärker. Das Bündnis TTIP unfairhandelbar vereint eine wachsende Anzahl von Bündnispartnern, damit Errungenschaften von Nachhaltigkeit und Demokratie nicht weiter untergraben werden.

Wir unterstützen Ihre Meinungsbildung durch eine laufende Berichterstattung und weisen vor allem auch auf die Gefahren für die Wirtschaft hin. Auf www.forum-csr.net finden Sie dazu Beiträge von Bärbel Höhn, Martin Oldeland u.v.m. sowie Hinweise auf wichtige Beiträge von Kollegen wie Heribert Prantl von der SZ oder Wolfgang Kessler von Publik-Forum. Wir stellen kritische Fragen an unsere Europavertreter und nehmen gerne auch Ihre Anregungen entgegen.

Foto: © Ruben Neugebauer / Compact

Netzwerk für gesünderes Bauen und Sanieren



Das neu gegründete Architekten-Netzwerk DIE OMNITEKTEN und das Sentinel Haus Institut bieten künftig bundesweit Planungsleistungen für Projekte vom Einfamilienhaus bis hin zum Großprojekt. Die Omnitekten sind ein bundesweites, zertifiziertes Netzwerk erfahrener Freier Architekten

mit besonderen Schwerpunkten im Bereich ökologisches und gesundes Bauen und Sanieren.

Durch die Bündelung der Kapazitäten werden die Omnitekten in Zukunft verstärkt komplexe Projekte realisieren. Über eine Online-Plattform wird zudem eine sehr große Auswahl gesundheitlich geprüfter Bauprodukte zu marktüblichen Preisen angeboten, die individuell projektbezogen konfiguriert und kommuniziert werden können.
www.sentinel-haus.eu
www.omnitekten.com



Prämierung der innovativsten Sozialunternehmen in München

Der „Act for Impact-Förderpreis“ im Bereich Bildung und Integration geht an ...

Zum dritten Mal wurde in München der „Act for Impact“-Förderpreis für Sozialunternehmer in den Bereichen Bildung und Integration über 40.000 Euro vergeben. Im Finale standen fünf innovative Bildungs-Startups.



**Energieeffizienz bei Gebäuden
Deutsche Umwelthilfe fordert mehr
Engagement von der Bundesregierung**

Die Deutsche Umwelthilfe e. V. (DUH) fordert die Bundesregierung auf, unverzüglich die Energieeffizienz-Richtlinie der Europäischen Union (EED) in nationales Recht zu überführen. Die EED soll eine Steigerung der Energieeffizienz um 20 Prozent bis 2020 sicherstellen und verpflichtet die EU-Mitgliedsstaaten, Maßnahmen zu benennen, wie sie die angestrebten Energieeinsparungen erzielen wollen. „Es ist unfassbar, dass die Regierung seit ihrer Wahl vor einem dreiviertel Jahr noch keine Verbesserung der Energieeffizienz auf den Weg gebracht hat, obwohl genau das im Koalitionsvertrag beschlossen wurde“, so Jürgen Resch, Bundesgeschäftsführer der DUH.



**Wer wird Waldhauptstadt 2015?
Jetzt bewerben!**

Städte und Gemeinden, die sich um eine nachhaltige Waldbewirtschaftung verdient gemacht haben, können sich ab sofort um den Titel „PEFC-Waldhauptstadt 2015“ bewerben. Wie schon in den vergangenen Jahren möchte PEFC Städte oder Gemeinden auszeichnen, die sich in besonderem Maße um eine nachhaltige Waldbewirtschaftung bemühen. Seit der ersten Durchführung im Jahr 2011 konnten sich die Städte Augsburg, Rottenburg am Neckar und Freiberg durch besonderen Einsatz für eine nachhaltige Bewirtschaftung ihrer Wälder diesen Titel sichern und sich als Vorbilder für andere Kommunen auszeichnen. In den Bewerbungsunterlagen sollte die Stadt bereits kurz skizzieren, mit welchen Maßnahmen oder Aktionen sie ihren Titel dann im Jahr 2015 bekannt machen möchte.
www.pefc.de





Massage am Arbeitsplatz
 TouchLife Massage
 Stressreduktion
 Achtsamkeit



www.touchlife.de • Infos bestellen!

Wissenswertes zur Methode • Behandleradressen • Ausbildungstermine
 TouchLife-Schule • Leitung: Frank B. Leder & Kali von Kalkkreuth
 Breckenheimer Str. 26 a • D-65719 Hofheim • Tel: 06192-24513



Gute Nachrichten über Produkte

Anregende Innovationen aus der Love Green Partnerredaktion



Strohhalme aus Stroh

Wenn wir Strohhalme sagen, meinen wir Plastik-Trinkhalme. Ein Unternehmer aus Bayern bringt nun den natürlichen Trinkhalm zurück. Hergestellt aus landwirtschaftlichen Resten produziert Bio-Strohhalme.de nun einen Lifestyle-Artikel.



Teppichböden aus Fischernetzen

Ausrangierte Fischernetze landen oftmals im Meer und werden so auch zur Gefahr für die Umwelt. Das US-Unternehmen Interface lässt die alten Netze einsammeln, um daraus hochwertige Teppich-Fliesen zu produzieren.



Notizblöcke aus Fehldrucken

Millionen Seiten Papier landen jedes Jahr als Fehldrucke im Müll. Studierende der Leuphana Universität sammeln mit dem Projekt 2nd Page solche Seiten und lassen daraus in einer Behinderten-Werkstatt wunderbare Notizbücher produzieren.



Brillengestelle aus Tonträgern

Die Budapester Brillen-Manufaktur Vinylize liebt nicht nur gute Musik auf Vinyl-Scheiben, sie fertigt aus den klassischen Tonträgern auch angesagte Brillengestelle. Und fördert zugleich mit den Einnahmen auch junge Musik-Talente.



Container als mobiles Zuhause

Container sind stabil, transportabel und sie gibt es weltweit. Die neuseeländischen Architekten Bonnifait + Giesen fertigen aus den Transport-Behältern mobile Häuser - inklusive pfiffigem Innenleben, Fenstern und ausklappbarer Terrasse.



Ringe aus Geldmünzen

Was tun mit alten Geldmünzen, wenn diese nicht mehr im Umlauf sind? Eintauschen oder zurückgeben? Der US-Designer Nicholas Heckaman kreiert aus alten amerikanischen, japanischen oder auch dänischen Münzen schicke Ringe.



Design-Möbel aus Bambus

Bei Bambus-Möbeln erwarten viele immer noch plumpe, aus Bambusstämmen zusammengesetzte Tische oder Stühle. Wie es auch anders geht, zeigt die französische Design-Schmiede TurriniBy mit ihren Möbeln aus schnell wachsendem Bambus.



Tische aus Holzresten

Wo gehobelt wird fallen Späne. Wo gesägt wird gibt es Holzabschnitte, die meist im Müll landen. Die Leipziger Manufaktur diefabrik wählt die Holzabschnitte sorgsam aus und bearbeitet sie, um daraus bunt gemusterte Tischplatten zu fertigen.



Hausfassade aus alten CDs

Studierende der RWTH Aachen haben ein Modellhaus gebaut, dessen Fassade aus rund 46.000 CDs besteht. Dafür wurde zunächst die Aluminium-Bedampfung entfernt. Anschließend wurden die alten Datenträger wie Schindeln angeordnet.

Fotos (v.o.l.n.u.r.): © Brandon Giesbrecht - CC BY 3.0 DE | © jenny downing - CC BY 3.0 DE | © jshirey - CC BY 3.0 DE
 | © myck - CC BY 3.0 DE | © pierre betat - CC BY 3.0 DE | © The King Tree | © TurriniBy | © diefabrik | © Fanci
 The System - CC BY 3.0 DE

Alle guten Nachrichten unter www.nachhaltigwirtschaften.loves-green.de

Pizzaservice fährt emco e-scooter



Mit dem emco Elektroroller wird die Pizza umweltfreundlich und zuverlässig geliefert. Den täglichen Beweis tritt die Joey's Pizza Service GmbH bei einem Feldversuch in München an. In Bayerns Hauptstadt sind in drei Filialen 22 emco E-Scooter mit Lithium-Ionen-Wechselakku im Dauereinsatz. emco, mit fünf Modellen in unterschiedlichen Konfigurationen Deutschlands größter Anbieter, erhofft sich dadurch auch Erkenntnisse für die Weiterentwicklung seiner Fahrzeuge. Bisher läuft der Betrieb mit dem Stadtfliitzer reibungslos. Sage und schreibe 27.000 km haben einige der Cityroller in 16 Monaten absolviert. www.emco-elektroller.de



gobaX GmbH liefert erste Räder an AOK



Der schwäbische Fahrzeughersteller gobaX GmbH lieferte im Juni erste Test-Pedelects an die AOK Baden-Württemberg. Nach erfolgreich überstandener Testphase im Verleihbetrieb der Rostocker Straßenbahn AG werden nun die ersten 10 Piloträder an 9 verschiedenen Standorten in Baden-Württemberg zum Einsatz kommen. Die für bis zu 200 kg Gesamtgewicht zugelassenen Räder eignen sich zum Transport von Lasten. Durch den Verbau äußerst stabiler Komponenten, kombiniert mit einem speziell entwickelten Rahmenkonzept, verursachen die Fahrzeuge extrem niedrige Wartungskosten. Die Elektroräder sind mit bis zu 40.000 Kilometer Jahresfahrleistung speziell für den professionellen Einsatz im Alltag ausgelegt. www.gobax-bikes.de

Die für bis zu 200 kg Gesamtgewicht zugelassenen Räder eignen sich zum Transport von Lasten. Durch den Verbau äußerst stabiler Komponenten, kombiniert mit einem speziell entwickelten Rahmenkonzept, verursachen die Fahrzeuge extrem niedrige Wartungskosten. Die Elektroräder sind mit bis zu 40.000 Kilometer Jahresfahrleistung speziell für den professionellen Einsatz im Alltag ausgelegt. www.gobax-bikes.de

UPS setzt Ziel von 1,6 Milliarden Kilometern mit alternativen Kraftstoffen bis 2017

Im kürzlich veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht gehören zu den Umweltleistungen Kraftstoffeinsparungen bei Landtransporten und Luftfracht, höhere Investitionen in mit alternativen Kraftstoffen angetriebene Fahrzeuge und neu organisierte Routen, durch die bereits circa 19,5 Millionen Kilometer am Boden eingespart werden konnten. Bis 2017 möchte das Unternehmen erreichen, dass 1,6 Milliarden Kilometer mit alternativen Kraftstoffen bzw. Fahrzeugen mit fortschrittlichen Technologien zurückgelegt werden. Dies ist mehr als das Doppelte des bisherigen Ziels von 640 Millionen Kilometern.

www.ups.com/sustainability



GREEN BRANDS hat sich etabliert

Mit über 50 ausgezeichneten Marken in Österreich sowie bislang 36 in Deutschland hat sich das internationale Auszeichnungsverfahren für ökologisch nachhaltige Marken etabliert. Im weltweit einmaligen Verfahren können sich Marken nicht selbst bewerben, sondern erst nach Nominierung an einer aufwendigen Validierung teilnehmen. Final entscheidet dann eine hochrangige und kompetente Jury über die Auszeichnung. Über 60 Marken nehmen bereits am zweiten Verfahren in Österreich teil! Auch in Deutschland begann vor kurzem das neue Verfahren mit der Gründung der neuen Jury. Zahlreiche Marken sind bereits in der Re-Validierung. Die Nominierungsphase für neue Marken ist in vollem Gange – die Unternehmen werden verständigt.

www.Green-Brands.org

**Nachhaltigkeit studieren
Die Vielfalt der Geschäftswelt kennenlernen**

Die staatlich anerkannte Hochschule Fresenius bietet einen Studiengang Sustainable Marketing & Leadership (M.A.). Dieser vermittelt neben betriebswirtschaftlichen Kernfächern übergreifende Inhalte aus den Bereichen Nachhaltigkeit / Business Ethics, Management und Marketing. Der berufsbegleitende Studiengang Energiemanagement (M.Sc.) wurde gemeinsam mit der Energiewirtschaft entwickelt und qualifiziert Mitarbeiter aller Fachrichtungen gezielt für den Umbau der Energiebranche.

www.hs-fresenius.de





Wein von 5 Weingütern in
5 Kontinente zu verkaufen, macht
mich glücklich.

UPS macht mich glücklich.

– António Soares Franco
Vizepräsident, José Maria da Fonseca

António Soares Franco leitet ein 200 Jahre
altes portugiesisches Weinunternehmen.
Als der Vizepräsident von José Maria da
Fonseca das internationale Liefersystem
des Unternehmens ins 21. Jahrhundert
bringen wollte, unterstützte ihn UPS dabei,
schnell und effizient neue Exportmärkte zu
erobern. Als weltgrößte Zollspedition
ermöglicht UPS reibungslose Zollabfertigung.

Und die UPS Quantum View® Technologie
sorgt für eine umfassende
Sendungstransparenz mit automatischen
Aktualisierungen aus aller Welt. UPS Logistik
macht Winzer, Weingroßhändler und
Weintrinker ... glücklich. Erfahren Sie mehr
ups.com/de/fonseca



WIR ♥ LOGISTIK™

ups.com/de/fonseca

Sport bewegt die Welt

Das beherrschende Thema des Sommers ist die Fußball-WM. Im Fernsehen, Radio und Internet, in Magazinen und Zeitungen drängen sich Werbebotschaften und Redaktion. Die mediale Aufmerksamkeit ist unvergleichlich.

Hätte der Weltgipfel in Rio eine ähnliche Resonanz erzeugt, dann könnte man von einem geschärften Bewusstsein für die drängenden Anliegen einer nachhaltigen Entwicklung sprechen. Doch das Interesse an den Klimakonferenzen nimmt immer mehr ab, während der Sport eine immer größere Popularität gewinnt – unterstützt von einer gewaltigen Medienmaschinerie, die perfekte Bilder und Berichte erzeugt.

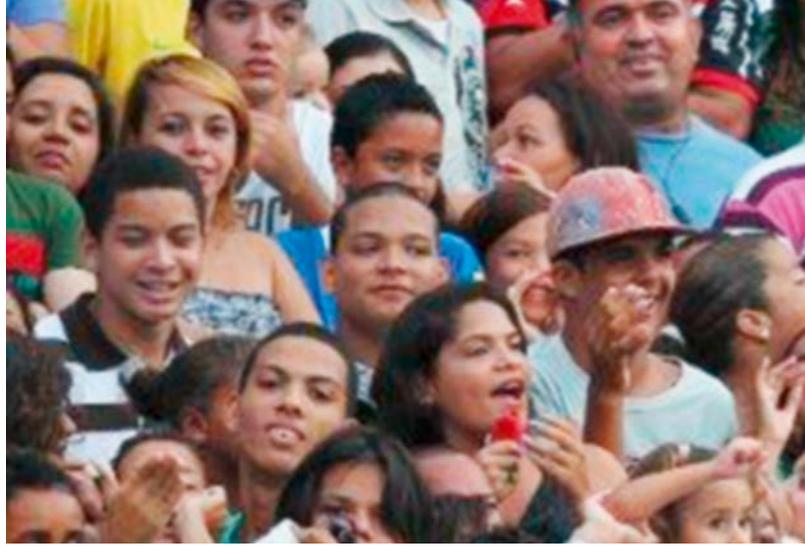
Brot & Spiele für eine Welt in Nöten! Doch warum die negativen Seiten betrachten, statt die Medienwirksamkeit des Sports für die Anliegen der Nachhaltigkeit zu nutzen. Warum nicht die Begeisterung für den Sport übertragen auf einen sportlichen Wettlauf um unser Dasein auf diesem Planeten. Noch haben wir eine Chance, in die Verlängerung zu gehen.

Was bewegt der Sport für die Welt?

Wir sind auf die Spurensuche gegangen und können zeigen, wie und wo in Deutschland auf den Straßen, in den Clubs und in der Liga die richtigen Tore geschossen werden. Wir zeigen, was in Brasilien falsch gelaufen ist und was man in Zukunft besser machen könnte. Wir glauben, dass Sport ein perfekter Botschafter für Nachhaltigkeit sein kann und sollte. Wie Sie mit von der Partie sein können, zeigen die folgenden Seiten.

Doch jetzt holen Sie erst mal frische Bio-Chips und gekühltes Bio-Bier und genießen Sie das größte Fußballfest der Erde.

Sport weckt Emotionen und hat eine enorme Medienwirkung: Allein die Internetplattform FIFA.com erzeugte über 10 Milliarden Seitenaufrufe im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft 2010, und zog 150 Millionen Besucher während der 31 Tage der Meisterschaft an. Die WM 2014 wird diese Zahlen weit in den Schatten stellen. Grund genug, dass sich der Sport seiner enormen Verantwortung und Potenziale bewusst wird.







Aufstieg in die Bundesliga

Die Münchner Straßenfußballliga buntkicktgut nutzt die Begeisterung für das runde Leder, um Jugendlichen den Start ins Leben zu erleichtern. Das erfolgreiche Modell will nun in ganz Deutschland Fuß fassen und bietet Firmen interessante Kooperationsmöglichkeiten.

Von Markus Giese und Rico Güttich

Es ist früh am Samstagmorgen. Viele liegen noch im Bett oder gönnen sich ihren ersten Wochenend-Kaffee. Rüdiger Heid ist schon auf den Beinen. Der Gründer der Initiative buntkicktgut hat an diesem Tag für ein U13-Fußballturnier die Faganahalle im Norden Münchens angemietet. Es ist kalt, muffig und laut. Unten jagen zehn junge Ballkünstler dem runden Leder nach. Rüdiger steht am Ghettoaster und lässt einen Torhymnen-Klassiker nach dem anderen aus der Lautsprecheranlage auf die Zuschauer los, während er die Namen der Torschützen ins Mikrofon brüllt.

Papa Rudi und sein Team

Er kennt alle Namen der ca. 1.000 Kinder und Jugendlichen, die er und sein Team betreuen. Jungen, Mädchen, Deutsche, Ausländer. Von ihnen wird Rüdiger Heid nur liebevoll Papa Rudi genannt. Einige Kinder stammen aus gutem Hause, andere haben schon schlimme Schicksalsschläge verkraften müssen. Eins haben sie alle gemein: die Liebe zum Fußball.

Wenn Rudi und sein Team keine Turniere ausrichten, gehen sie mit den Jugendlichen auf Ausflug, bereiten mit ihnen beim Teamcooking Spezialitäten aus deren Heimatländern zu und veranstalten Feste. Aber meistens trifft man sie im buntkicktgut-Büro in der Alten Feuerwache an der Schwantalerhöhe. Bilder und Pokale zieren die Räumlichkeiten. Sie dokumentieren die Erfolgsgeschichte einer Idee, mit der Ende 1997 in einer Flüchtlingsunterkunft im Münchner Stadtteil Sendling alles angefangen hat: eine interkulturelle Fußball-Liga als Instrument zur Integration und Vermittlung von Respekt, Toleranz, Identität und Fairness.



Foto: © buntkicktgut, Samir Sakhal





Zuerst wurde gerauft

Damals bildeten sich nach den ersten provisorischen Turnieren in den Asylantenheimen dicke Menschentrauben vor den Ergebnistafeln. Die Begeisterung der Jugendlichen war geweckt. Zu dieser Zeit kam es aber auch immer wieder zu Raufereien auf und neben dem Platz. Diebstahl, Beleidigungen und Konflikte mit der Polizei waren an der Tagesordnung. Heute hat man viele Probleme in den Griff bekommen, mit einer Menge Geduld und Fingerspitzengefühl. Seit 1997 haben über 30.000 Münchner Kinder und Jugendliche aus über 100 Herkunftsländern bei buntkicktgut weit mehr als nur den Ball bewegt und sind zu einer großen Familie zusammengewachsen. Selbstorganisation, Mitbestimmung und Völkerverständigung werden aktiv gelebt. Die Kids sind im Liga-Rat aktiv, in der buntkicker-Redaktion, als Schiedsrichter, Ballartist oder Breakdancer und erlernen über das Spiel hinaus soziale Kompetenzen.

Verantwortung übernehmen

Der entscheidende Unterschied zu vergleichbaren Projekten liegt nicht nur in der Kontinuität der Liga, die durch regelmäßigen Kontakt zwischen den Teams eine kontinuierliche Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen ermöglicht. Noch wichtiger ist, dass die Jugendlichen selbst Verantwortung übernehmen müssen und dadurch die Möglichkeit haben, dieses europaweit einzigartige Beispiel des organisierten Straßenfußballs aktiv mitzugestalten.

Das Engagement der Initiative geht mittlerweile weit über den Fußball hinaus. Junge Menschen werden ihren Talenten entsprechend gefördert, in ihrem Lebensentwurf unterstützt und auf eine gemeinsame Zukunft in Deutschland vorbereitet – fernab von Kriminalität und Gewalt. Die Initiative vermittelt Ausbildungsplätze im pädagogischen und kaufmännischen Bereich, die Möglichkeit, ein freiwilliges soziales Jahr zum Beispiel im Europäischen Freiwilligendienst zu absolvieren, und einiges mehr.

Talentschmiede als Social Business

In den letzten 17 Jahren war die Organisation an der Förderung des friedlichen Miteinanders in München maßgeblich beteiligt. Seit 2012 gibt es auch in anderen Städten wie z.B. Berlin, Dortmund und Würzburg kontinuierliche buntkicktgut-Ligen. Und die Sozialunternehmer arbeiten fieberhaft an der Entwicklung entsprechender Qualitätssicherungs-Kriterien, um das Konzept von buntkicktgut an weiteren Standorten zu etablieren.

buntkicktgut

Beispiel einer erfolgreichen Firmenkooperation



Migration spielt vor dem Hintergrund der Unternehmensintegration bei multinationalen Unternehmen und auch bei der voranschreitenden Globalisierung eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund sind die HypoVereinsbank und die Unternehmensstiftung UniCredit Foundation seit 2009 der strategische Partner von buntkicktgut und fördern deren Entwicklung im Rahmen der Initiative „Fußball integriert“. Seitdem nahmen über 10.000 Kinder und Jugendliche an der Straßenfußball-Liga teil. Für den Auf- und Ausbau der Initiative hat die UniCredit Foundation bereits über 500.000 EUR gespendet.

Über das finanzielle Engagement hinaus unterstützt die HypoVereinsbank mit Kontakten zu potenziellen weiteren Partnern sowie bei Aktionen und Veranstaltungen. Dazu zählt die Ausrichtung des buntkicktgut-open/UniCredit Cups, einem jährlich stattfindenden internationalen Straßenfußball-Turnier. Durch die Partnerschaft der HypoVereinsbank mit dem FC Bayern war es möglich, dass buntkicktgut 2012, 2013 und 2014 das Team Deutschland beim FC Bayern Youth Cup stellte und gegen internationale Jugend-Auswahlmannschaften aus Österreich, Italien, Indien, Thailand, Myanmar, USA oder China spielte. Die Ergebnisse sind nicht nur packende Fußballspiele, sondern eine erfolgreiche Integrationsarbeit und beeindruckende Karrieren junger Menschen mit und ohne Migrationshintergrund. Für die geplante Ausweitung werden erfahrene HVB-Experten vor Ort zu Mentoren für jeweilige Leiter neuer buntkicktgut-Standorte und unterstützen bei Fragen hinsichtlich Organisation, Finanzen und Kommunikation.

Durch ihr Engagement leistet die HypoVereinsbank, unterstützt von der Social Entrepreneurship Akademie, einen gesellschaftlichen Beitrag. Kinder und Jugendliche jeglicher Herkunft spielerisch an Themen wie Toleranz und Verantwortung heranzuführen – und somit die Basis für Chancengleichheit und Integration zu schaffen.

Fotos: © buntkicktgut, Samir Sakkaï



Die Münchner Initiative buntkicktgut will sein Engagement auf ganz Deutschland ausdehnen und sucht dafür Partner. Sport, Integration, Corporate Volunteering und Sponsoring werden dabei perfekt verbunden.

Doch für eine Fortsetzung der Erfolgsgeschichte benötigt buntkicktgut nicht nur den Doppelpass mit den vielen ehrenamtlichen Helfern, sondern auch den mit zukunftsorientierten Unternehmen. Denkbar wäre ein Förderbeirat aus Trägern der Jugendarbeit, Kommunen, Vereinen, Verbänden, aber auch Stiftungen und vor allem Unternehmen. Nur so kann ein Anpfiff für die Initiative auch auf weiteren Bolzplätzen der Republik ermöglicht werden.

Partner gesucht

Jeder Partner kann durch das Einbringen von Kernkompetenzen, finanzieller Mitarbeit und Kontakten die Entwicklung aktiv vorantreiben und dabei selbst profitieren. Firmen erwartet bei buntkicktgut ein authentisches CSR-Engagement und die Möglichkeit für eine frühzeitige Mitwirkung an der Skalierung eines bewährten Konzepts. Die geplante bundesweite Ausrichtung bietet ein flächendeckendes soziales Engagement mit hohem Bekanntheitsgrad, Imagegewinn und die Chance, individuelle CSR-Ansätze zu verfolgen. Ob Werbebande, Spielmaterial, eigene Turniere mit der Beteiligung von Werbebotschaftern, Social Days für Mitarbeiter oder Catering bei Veranstaltungen – jedes Unternehmen kann hier einen Beitrag nach seinen Möglichkeiten leisten. Fakt ist:

Ob klein oder umfassend, jede Kooperation hilft dabei, für den demographischen Wandel, den Fachkräftemangel, die Versorgungslücke im Rentenalter und den steigenden Ausländeranteil in Deutschland Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln.

Damit sich die Scheiben also nicht nur im Ghettablaster von Rudi und seinem Team, sondern auch in der deutschen Wirtschaft weiterdrehen, sind Projekte wie buntkicktgut auf das Engagement Dritter angewiesen. Um Wohlstand, Nachhaltigkeit und friedliches Zusammenleben für die Generation unserer Kinder und Enkel zu sichern. Denn: Deutschland braucht die jungen Wilden und jeder von ihnen hat die gleichen Voraussetzungen verdient.

www.buntkicktgut.de

MARKUS GIESE

studierte Kommunikationswissenschaft in Salzburg und ist derzeit Volontär in der Onlineredaktion der Abendzeitung München.

RICO GÜTTICH

studierte BWL in München und arbeitet als Volontär bei München TV. Beide begleiteten einen ehrenamtlichen Helfer bei buntkicktgut und lernten durch ihn die Philosophie der Initiative kennen und schätzen.

Fotos: © buntkicktgut, Samir Sakhal



Wir fiebern mit den Besten
auf dem grünen Spielfeld.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 2014.
www.nachhaltigkeitspreis.de

Rote Karte für Einweg!

Die Abfallberge nach einem Fußballspiel sind gewaltig. Dazu tragen vor allem Einweg-Trinkbecher bei. Doch Mehrweg ist nicht im Sturm, sondern in der Defensive. Ein klares Foul für die Deutsche Umwelthilfe

Von Thomas Fischer

Fußball bewegt Millionen – Fans und Euros. Die Klubs, die für Deutschlands wichtigstes Sportprodukt stehen, sehen sich längst nicht mehr als einfache Vereine. Mehr als 2,3 Milliarden Euro werden in der Ersten Bundesliga umgesetzt. Weil viele Vereine inzwischen Großunternehmen ähneln, sollten sie ihre Verantwortung für den sorgsam Umgang mit Umwelt und Ressourcen genauso wahrnehmen wie alle anderen Wirtschaftsunternehmen.

Professionelles Umweltmanagement notwendig

In der Saison 2012/ 2013 besuchten über 31 Millionen Fans Spiele der Ersten und Zweiten Bundesliga. Mit stetig wachsenden Fanzahlen wächst auch die Verantwortung der Vereine, denn die Umweltauswirkungen der regelmäßig stattfindenden Großveranstaltungen nehmen immer größere Ausmaße an. Die Bereiche Verkehr, Energie, Wasser und Abfall benötigen daher ein professionelles Management. Allerdings tun sich bis heute viele Bundesligavereine schwer damit, Umweltschutz in ihr unternehmerisches Handeln zu integrieren.

Eigentor mit Einwegbechern aus Biokunststoff

Die Reduzierung von Abfallmengen ist ein zentrales Ziel des Umweltmanagements von Sportvereinen. Wichtigster Faktor beim Abfallmanagement ist die Verpackung zum Getränkeauschank. Durch den Einsatz wiederbefüllbarer Mehrwegbecher können Abfälle vermieden, Ressourcen geschont und das Klima entlastet werden. Allein in der Saison 2013/2014 fielen rund 10 Millionen Einweg-Plastikbecher an. Das ist ein Becherturm von 150 km Höhe. Entgegen der formulierten Abfallvermeidungsstrategie der deutschen Bundesregierung zeichnet sich ein zunehmender Trend zum Einsatz von Einwegbechern in deutschen Fußballstadien ab.

Neben der ökologischen Entlastung können Mehrwegbecher auch Spenden einbringen: Dank Becherpfandspenden der Fans in Hannover konnten mit der Aktion „Trinkbecher für Trinkwasser“ in den letzten 5 Jahren 150.000 EUR gesammelt und 26.000 Menschen in Afrika mit sauberem Wasser versorgt werden. Mit dem Einwegbecher droht die Einstellung der Aktion.



Getränkebecher in Bundesliga-Stadien Saison 2013/14

Eingesetzte Becher in der 1. Bundesliga

Verein	Stadion	Becher
Borussia Dortmund	Signal Iduna Park	Mehrweg
Borussia Mönchengladbach	Stadion im Borussia Park	Mehrweg
Eintracht Braunschweig	Eintracht-Stadion	Mehrweg
Eintracht Frankfurt	Commerzbank-Arena	Mehrweg
Hannover 96*	HDI Arena	Mehrweg
Hertha BSC	Olympiastadion	Mehrweg
SC Freiburg	Mage Solar Stadium	Mehrweg
SV Werder Bremen	Weser-Stadion	Mehrweg
VfB Stuttgart	Mercedes-Benz Arena	Mehrweg
Bayer 04 Leverkusen	BayArena	Einweg
FC Augsburg	SGI Arena	Einweg
FC Schalke 04	Veltins-Arena	Einweg
1. FC Nürnberg	Grundig Stadion	Einweg-PLA
1. FSV Mainz 05	Coface Arena	Einweg-PLA
1899 Hoffenheim	WIRSOL Rhein-Neckar-Arena	Einweg-PLA
FC Bayern München	Allianz Arena	Einweg-PLA
Hamburger SV	Imtech Arena	Einweg-PLA
VfL Wolfsburg	Volkswagen Arena	Einweg-PLA

*Hannover 96 plant für die Saison 2014/15 den Umstieg auf PLA Einwegbecher

Eingesetzte Becher in der 2. Bundesliga

Verein	Stadion	Becher
1. FC Kaiserslautern	Fritz-Walter-Stadion	Mehrweg
1. FC Union Berlin	An der Alten Försterei	Mehrweg
Arminia Bielefeld	Schüco Arena	Mehrweg
FC Energie Cottbus	Stadion der Freundschaft	Mehrweg
FC St. Pauli	Millerntor-Stadion	Mehrweg
Fortuna Düsseldorf	Esprit Arena	Mehrweg
Karlsruher SC	Wildparkstadion	Mehrweg
SC Paderborn 07	Benteler-Arena Paderborn	Mehrweg
1. FC Köln	Rhein Energie Stadion	Einweg
FC Erzgebirge Aue	Sparkassen Erzgebirgestadion	Einweg
FSV Frankfurt 1899	Frankfurter Volksbank Stadion	Einweg
SG Dynamo Dresden	Glücksgas-Stadion	Einweg
SV Sandhausen	Hardtwald-Stadion	Einweg
VfL Bochum 1848	Rewirpowerstadion	Einweg
VfR Aalen	Scholz-Arena	Einweg
FC Ingolstadt 04	Audi Sportpark	Einweg-PLA
SpVgg Greuther Fürth	Trolli Arena	Einweg-PLA
TSV 1860 München	Allianz Arena	Einweg-PLA

Einweg-PLA steht für Einwegbecher aus dem Biokunststoff Polylactid (PLA)

Für Einwegbecher gibt es die rote Karte von der deutsche Umwelthilfe. Weder 1. noch 2. Bundesliga schneiden hier besonders gut ab.
Quelle: Deutsche Umwelthilfe

Vereine wie der 1. FC Köln, Mainz 05, VfL Wolfsburg oder Hannover 96 haben von Mehrweg- auf Einwegbecher umgestellt oder sind dabei, dies zu tun. Die Vereine setzen auf einen neuen und angeblich umweltfreundlichen Einwegbecher aus dem Biokunststoff Polymilchsäure (PLA), welcher aus Mais hergestellt wird. Bei genauerer Betrachtung lösen sich dessen vermeintliche Vorteile jedoch in Luft auf. Ein Desaster für Vereine, die es ernst mit dem Umweltschutz meinen.

Erfolgreiches Abfallmanagement nur mit Mehrwegbechern

Einwegbecher aus PLA oder anderen Kunststoffen sind Mehrwegbechern gesamtökologisch deutlich unterlegen. Dies belegt eine internationale Ökobilanzstudie des Darmstädter Öko-Institutes, des Österreichischen Öko-Institutes sowie der Carbotech AG. Einwegbecher werden nach einmaliger Nutzung zu Abfall, weshalb für jede Getränkeabfüllung ein neuer Becher verwendet werden muss. Die Rohstoffe Erdöl und Wasser sowie die Energie zur Herstellung von Einwegbechern können durch die mehrmalige Nutzung eines Mehrwegbeckers eingespart werden.

Im Falle eines PLA-Einwegbeckers aus nachwachsenden Rohstoffen werden zwar fossile Ressourcen eingespart, jedoch schädigen der Anbau und die Verarbeitung von Nutzpflanzen Gewässer und Böden. In aller Regel werden PLA-Becher nicht kompostiert, sondern verbrannt. Im Ergebnis bedeutet dies eine nicht endende und unnötige Ressourcenvergeudung. Auch im Falle einer Kompostierung von PLA-Bechern wäre

nichts gewonnen, denn es würden weder Nährstoffe freigesetzt, noch Humus aufgebaut. Der Abbau bliebe ohne ökologischen und ökonomischen Nutzen.

Mehrwegbecher sind bereits nach fünfmaligem Einsatz umweltfreundlicher als Einwegbecher – egal ob aus Mais oder Rohöl. Im Durchschnitt werden unbedruckte Mehrwegbecher 41 Mal wiederbefüllt. Ein ernst gemeintes Abfallmanagement kann deshalb nur mit dem Einsatz von Mehrwegbechern funktionieren. Denn die beste Verpackung ist die, die gar nicht erst entsteht.

Mit Mehrweg soziale Projekte fördern

Mit dem Einsatz von Mehrwegbechern können Vereine auch sozial aktiv werden. In Hannover hatten Fans bislang die Möglichkeit, durch die Spende des Becherpfands soziale Projekte zu fördern. Durch die Aktion von Hannover 96, der TUI und dem Naturschutzverband Global Nature Fund konnte der Bau von Trinkwasseraufbereitungsanlagen in Kenia finanziert werden.

THOMAS FISCHER

ist Leiter Kreislaufwirtschaft bei der Deutsche Umwelthilfe e.V. und selbst begeisterter Fußball-Fan.

Weitere Infos

www.duh.de
www.globalnature.org/trinkwasser-afrika



1:0 für die Umwelt ...

Bundesliga-Vereine setzen auf Nachhaltigkeit: Energie aus Sonnenlicht produzieren und im Stadion nutzen, Wassersparmaßnahmen einrichten oder Abfall recyceln. Dies sind häufige Ausprägungen des ökologischen Engagements, die im Rahmen einer umfassenden Analyse der 36 Bundesliga-Clubs beobachtet werden konnten. Ist damit das Thema „Umwelt“ in den Vereinen angekommen?

Von Dr. Christoph Willers, Prof. Dr. Torsten Weber

Blitzlichtgewitter auf dem Münchener Messegelände. Der GreenTec Award hat zahlreiche Prominente angezogen. Aber die Preisträger der Awards sind die eigentlichen Stars. Zum ersten mal mit dabei: Ein Fußballverein. Honoriert wird das Engagement von Borussia Dortmund: Der BVB hat zusammen mit Lichtblick SE sowohl den Verein wie auch die Fans zum Umsteigen auf Ökostrom bewegt. Kanzleramtschef Peter Altmeier lobt das Engagement aller Preisträger und bekräftigt: „Ihre Enkel werden später nicht darüber reden, wieviel Sie im Monat verdient, sondern ob Sie sich für den Erhalt der Umwelt eingesetzt haben“.

Dies zeigt: Die Bedeutung des Umweltschutzes in unserer Gesellschaft wird größer, die Diskussion hinsichtlich der Übernahme von Verantwortung und des ökologischen Engagements von Bürgern und Organisationen intensiver. Fußball spielt in Deutschland eine zentrale Rolle und so kann die Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL) hier eine Vorbildfunktion einnehmen.

„Ökologische Fixpunkte“ für die Bundesliga

Im Jahr 2013 wurde im Rahmen einer Studie erstmals ein Umweltreport zu den Aktivitäten bzw. -projekten der 36 Profi-Clubs veröffentlicht. Neben der Erhebung des Status quo erfolgten dabei eine Bewertung und ein Vergleich der öko-

logischen Tätigkeiten der Bundesliga-Clubs. Zielsetzung war es, den Handlungsbedarf beim Thema „Umwelt“ abzuleiten. Die Durchführung der Umweltstudie erfolgte unter Berücksichtigung folgender zentraler Fragen: Welche Aktivitäten und Projekte werden von den 36 Bundesliga-Clubs im Umweltmanagement bereits umgesetzt? Wo liegen inhaltlich die Schwerpunkte? Wie ist das Thema organisatorisch verankert? Hinsichtlich welcher Kriterien können eine Gruppierung, eine Bewertung und ein Vergleich der Projekte erfolgen? Welche Ableitungen können für clubübergreifende Ansätze gewonnen werden?

Um der hohen Komplexität der gesellschaftlichen Aufgabe „Nachhaltigkeit“ zu begegnen, orientierte sich die Studie an „ökologischen Fixpunkten“ (Energie, Wasser, Emissionen, Abfall). Die umweltrelevante Nachhaltigkeit und die damit zusammenhängenden Aktionen der Clubs lassen sich diesen zuordnen und damit strukturieren.

Energie sollte im Rahmen der Club-Projekte umweltschonend produziert bzw. sparsam eingesetzt werden. Wasser gilt es als wertvolle Ressource zu schützen und nachhaltig mit ihr umzugehen. Weiterhin sollen die Vereine zu einer Reduzierung der Belastungen durch Emissionen beitragen und vor allem bei Aktivitäten „rund um das Stadion“ gilt es, (nicht-umweltverträglichen) Abfall zu vermeiden oder

100% ÖKO



möglichst umfassend zu recyceln. Umweltkennzahlen (Reduzierung des CO₂-Ausstoßes, Energieaufwand in Kilojoule etc.) dienen zur näheren Abgrenzung und Bewertung der einzelnen Projektansätze der Bundesliga-Clubs. Projekte, welche dabei die allgemeine Ebene des Clubs betreffen, beziehen sich auf das Betrachtungsfeld Verein. Aktivitäten, die in direktem Zusammenhang mit dem Stadion oder dem Club-Gelände stehen sowie Maßnahmen, die gemeinsam mit Fans und Partnern durchgeführt werden, wurden zwei weiteren Betrachtungsfeldern zugeordnet.

Sind in der Bundesliga Champions?

Es existieren bereits Clubs, die stark im Bereich Umweltmanagement engagiert sind. Einige dieser Aktivitäten können als „Leuchtturmprojekte“ aufgefasst werden, da sie Vorbild- und Initialcharakter für die übrigen Bundesligisten haben. In der 1. Bundesliga werden bzw. wurden bereits 50 Umweltprojekte von den an der Erhebung teilnehmenden Clubs durchgeführt. In der 2. Bundesliga sind es 27 Projekte. Bei den Themen tritt der Bereich Energie mit 39 Prozent der Aktivitäten eindeutig hervor. Wen wundert es, denn hier schlagen auch Kosteneinsparungen zu Buche. Die Umfrageergebnisse zeigen, dass für 80 Prozent der Clubs das Thema Umweltschutz wichtig bis sehr wichtig ist. Auffällig

ist, dass auch kleinere Vereine mit (noch) wenigen Projekten das Thema Umweltschutz für sich selbst und den Profi-Fußball insgesamt für bedeutsam halten. Die ist ein klares Indiz dafür, dass auch Clubs, die noch „in den Startlöchern stehen“ mit ihrer positiven Einstellung zukünftig zu einem verstärkten Umwelt-Engagement beitragen dürften.

Betrachtungsfeld „Verein“

Rund 30 Prozent der Umweltprojekte lassen sich dem Verein zuordnen. Inhaltlich bilden in einigen Vereinen Umweltleitlinien zentrale Erfolgsfaktoren, die einen schonenden Umgang mit Ressourcen und nachhaltige Maßnahmen begründen sollen, wie das Beispiel Borussia Mönchengladbach zeigt. Die vom Verein formulierten Umweltleitlinien beziehen sich auf Bereiche wie Ressourcenschonung und Servicequalität, nachhaltige Beschaffung, Sensibilisierung der Mitarbeiter. Diese werden von Grundsätzen „getragen“ und bilden für die Mitarbeiter des Clubs einen Rahmen für ihr tägliches Handeln.

Auch Umweltzertifizierungen oder die Teilnahme an diversen Öko-Programmen sind bei den Clubs zu finden. So ist z.B. der FC Bayern München als Club EMAS-zertifiziert. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) stellt ein standardisiertes Management-System zur kontinuierlichen Verbesserung



Klimafreundliche Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder die Nutzung von Grauwasser zur Bewässerung: der VfL Wolfsburg ist auf dem Weg zum Musterklub der Bundesliga. Borussia Dortmund erhielt den GreenTec Award für den Umstieg von Verein und Fans auf Ökostrom.

der Umweltleistung dar (u.a. Schutz des Grundwassers, Optimierung Energiekonzepte). Darüber hinaus wurden in einigen Clubs Umweltbeauftragte berufen, um die Vermittlung von ökologischen Werten im Verein voranzutreiben. Der VfL Wolfsburg veröffentlicht darüber hinaus z.B. einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht, mittels dem die ökologischen Aspekte durch den Club – auch nach Außen – kommuniziert werden. Betrachtungsfeld „Stadion“

Beim Betrachtungsfeld Stadion steht das Thema Energie im Fokus. Bei Neu- und Umbauten der Stadien wurden diverse umwelttechnologische Aspekte berücksichtigt, die zu positiven Umweltwirkungen beitragen. Beim Kooperationsprojekt „Ökoprofit“ erfolgt ein Austausch zwischen Kommunen und der örtlichen Wirtschaft mit dem Ziel der Betriebskostensenkung unter gleichzeitiger Schonung der natürlichen Ressourcen.

Der SC Freiburg engagiert sich im Rahmen seines Stadionmanagements bereits seit 1995 und erzielt dabei positive Umweltwirkungen. Der FSV Mainz 05 oder der FC Augsburg haben neue Stadien unter Berücksichtigung ökologischer Gesichtspunkte gebaut. Ressourcenschonende Aktivitäten im Bereich Wasser sind häufig vertreten. Der Einsatz von Regenwasser für Toilettenspülungen gilt fast als selbstverständlich. Sowohl inhaltlich als auch bezogen auf Umfang und Dauer kann im Bereich Stadion bei vielen Clubs von einem vorbildlichen ökologischen Engagement gesprochen werden.

Betrachtungsfeld „Fans & Partner“

Fußball bewegt und begeistert das Publikum. Die Bundesliga ist ein kräftiger Besuchermagnet und kann durch Thematisierungskampagnen eine breite gesellschaftliche Basis ansprechen. Rund ein Fünftel aller Projekte ist in Kooperation mit Fans & Partnern entstanden oder hat direkte Auswirkungen auf diese. So setzt u.a. der SV Werder Bremen verstärkt auf Maßnahmen zur umweltfreundlichen Anreise der Fans bei Heimspielen. Es besteht die Möglichkeit, auf dem Wasserweg die Spielstätte zu erreichen. Auch der norddeutsche Nach-

bar Hamburger SV hat ein Internetportal zur Organisation einer gemeinsamen Anreise initiiert, wobei zusätzlich hilfreiche Tipps zum Umweltschutz gegeben werden. Die TSG Hoffenheim hat mit einem Partner das Umwelt-Programm „Doppelte Freude“ ins Leben gerufen. Für jeden Heimsieg wird eine Solaranlage an eine soziale Einrichtung gespendet. Auch in diesem Betrachtungsfeld macht der VfL Wolfsburg einen wichtigen Schritt. Eine aus gebrauchten Trikots und Restbeständen recycelte Mode-Kollektion für Fans unter dem Titel „Wolf’s Up“ steht hier für eine Berücksichtigung des Themas Nachhaltigkeit „direkt am Fan“.

Wie geht es weiter?

Die Bundesliga ist beim Thema Umweltschutz und -aktivitäten grundsätzlich „auf dem richtigen Weg“. Die DFL kann aufgrund ihrer exponierten Stellung und hohen öffentlichen Wahrnehmung im Umweltbereich viel bewirken und sollte deshalb noch mehr Verantwortung übernehmen. Auch wenn Bundesliga-Clubs nicht originär die Funktion eines „Themenführers“ oder „Aufklärers“ beim Thema Umweltmanagement haben, ist die Sensibilisierung zum Umweltschutz ein wichtiges Ziel. Meist wird ein „Fan-Dasein“ bzw. eine „Fan-Emotionalität“ noch losgelöst vom ökologischen Engagement des ausgewählten Clubs gesehen. Die intensive Kommunikation mit den Stadionbesuchern könnte zu einer stärkeren Sensibilisierung des Themas in der Öffentlichkeit führen und die Fans auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft einbinden.

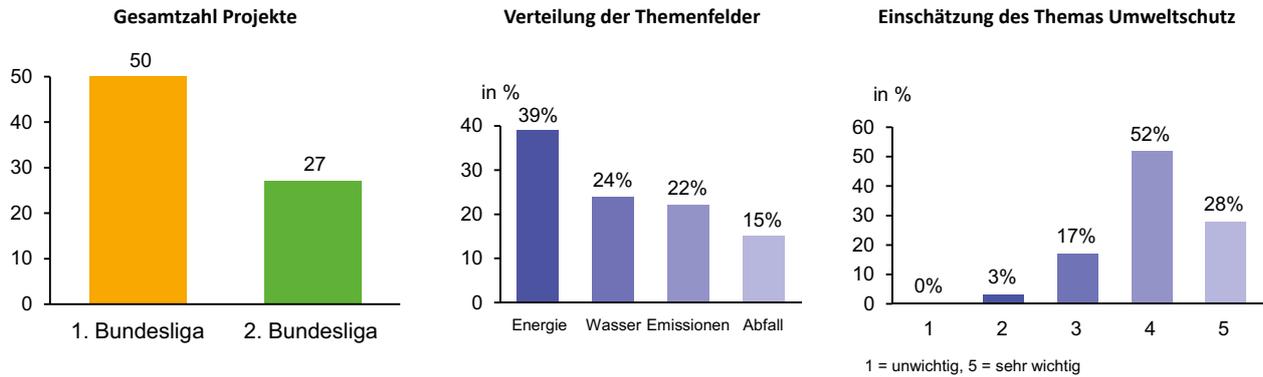
DR. CHRISTOPH WILLERS

ist Senior Manager bei der Baker Tilly Roelfs Unternehmensberatung und Professor für Strategisches Management und Unternehmensentwicklung.

PROF. DR. TORSTEN WEBER

ist Dekan des Fachbereichs General Management und Professor für Marketing und Sustainable Communication. Beide lehren an der Cologne Business School.

Fotos: Links und Mitte: © Nina Stiller Photography / VfL Wolfsburg | rechts: © Alexandre Simoes / GreenTec Award



Themen- und Betrachtungsfelder Umweltmanagement.

... aber ist das genug?

Auch wenn in Sachen Umweltschutz schon einiges geschieht und die Deutsche Nationalmannschaft „Bereit ist wie nie“ – die Fußballvereine in Deutschland sind von einer stringenten Nachhaltigkeitsstrategie noch weit entfernt. Wir werfen einen Blick auf das brachliegende Potenzial und den Business Case im Fußball.

Von Fabian Putzing

Fußballvereine haben sich in den letzten Jahren zu professionell geführten Unternehmen entwickelt. In der Saison 2013/14 waren von 18 Bundesligavereinen zwölf entweder Gesellschaften mit beschränkter Haftung oder Aktiengesellschaften. Während in der Privatwirtschaft die Erkenntnis durchgedrungen ist, dass Nachhaltigkeitsmanagement Kernaufgabe eines jeden Unternehmens ist – 90 Prozent der am DAX notierten Unternehmen und 80 Prozent der Global Fortune Unternehmen verfassen einen Nachhaltigkeitsbericht –, steht im Profisport die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit erst am Anfang. Zwar schätzen ca. 80 Prozent der Vereine in der ersten und zweiten Bundesliga das Thema Umweltschutz als wichtig bis sehr wichtig ein und es existieren bereits zahlreiche Umweltprojekte, doch wird das Thema Nachhaltigkeit meist auf die ökologische Dimension reduziert (siehe oben).

Dabei ist Nachhaltigkeit ein Business Case, der das Engagement für Umwelt und Gesellschaft mit Profit verknüpft. Dies kann allerdings nur in einem integrierten Ansatz gelingen, in dem alle Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Gesellschaft, Ökonomie) bearbeitet werden.

Vorteile von Nachhaltigkeitsinitiativen im Fußball

Wird Nachhaltigkeit als Kernaufgabe des Managements verstanden und strategisch behandelt, so lassen sich nachfolgende Vorteile erzielen: ein verringerter Ressourcenverbrauch und damit einhergehende geringere Kosten, erhöhte Sozio-Effektivität durch Verringerung der negativen sozialen Auswirkungen und eine wasserdichte Compliance. Gerade der Fußballsport kann aufgrund seiner großen Öffentlichkeitswirkung erfolgreiche Nachhaltigkeitsinitiativen realisieren. Diese sichern eine stärkere Unabhängigkeit von sportlichem Erfolg, binden die Fans und stärken die regionale Verankerung des Vereins. SV Werder Bremen reagierte beispielsweise auf die demografischen Veränderungen – die auch vor den Fans nicht halt machen – mit der Initiative 60plus. Sie richtet sich an Vereinsmitglieder, die das 60. Lebensjahr vollendet haben, und bietet ein vielfältiges Programm aus gesellschaftlichen und sportlichen Aktivitäten an.

Doppelpass mit Unternehmen und NGOs

Gut aufgesetzte Nachhaltigkeitsprojekte erlauben die Einbindung von Sponsoren und NGOs in ein Win-Win-Win Konzept. Das Herzstück eines solchen Konzepts sind Partnerschaften



von Fußballvereinen, Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen. Letztere bringen ihre Kernkompetenz im sozialen oder ökologischen Bereich ein, das Unternehmen stellt als Sponsor finanzielle Mittel und/oder Human Resources zur Verfügung und die exponierte gesellschaftliche Stellung des Fußballvereins sorgt für die öffentliche Aufmerksamkeit. Das Unternehmen und der Verein unterstützen das Projekt durch die Unterstützung des Projekts einen Imagegewinn, die NGO erhöht ihre Wirkung und generiert im besten Fall neue Einnahmequellen für ihre Projekte. Professionell geplant und durchgeführt lässt sich so eine fruchtbare Kombination aus Sozio- bzw. Ökosponsoring und Sportsponsoring schaffen. Wie dies in der Praxis aussehen kann, zeigt z.B. Hannover 96. Hauptsponsor TUI und der Fan-Dachverband „Rote Kurve“ führen seit Jahren gemeinsam mit der Umweltstiftung Global Nature Fund das Projekt „Trinkbecher für Trinkwasser“ durch. Das Pfand der Mehrwegbecher kann gespendet werden und die gesammelten Einnahmen werden für die Einrichtung und Reparatur von Brunnen in Afrika genutzt.

So holen Sie das Triple

Vorreiter bei der Herstellung solcher Triple-Win-Situationen im deutschen Profifußball ist der 1. FSV Mainz 05. Seit 2010 hat der Verein in Zusammenarbeit mit seinem Hauptsponsor den Wandel zum ökologischen Vorbild der Region ausgelobt. Im Projekt „Mission Klimaverteidiger“ werden Fans belohnt, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder zu Fuß in die Coface Arena kommen. Bei Heimspielen werden Fans, die klimafreundlich angereist sind, zufällig ausgewählt (zum Beispiel an den Fahrradständern oder am Bussteig) und dürfen dann als Belohnung für ihr Engagement das Spiel vom VIP-Bereich der Arena aus ansehen oder bekommen Sachpreise wie z.B. BahnCards des Sponsoringpartners Deutsche Bahn.

Ein anderes Beispiel ist das Projekt FAIR ways. Seit der Saison 2011 / 2012 versammelt der SC Freiburg unter dem Label

„FAIR ways - Wir übernehmen Verantwortung“ Partner, die sich aktiv dem Thema Nachhaltigkeit stellen und gemeinsam mit dem SC Freiburg gemeinnützige Projekte in den Bereichen Bildung und Ökologie unterstützen. 2013 wurde unter anderem das Projekt „Streuobstwiese Hochburg“ der Eduard-Spranger-Schule für geistig Behinderte von den FAIR Ways-Sponsoren und dem SC Freiburg unterstützt. Die Schule aus Emmendingen bewirtschaftet mit ihren Schülern die Streuobstwiesen, um die Kulturlandschaft zu erhalten und die Kinder auf den Berufsalltag vorzubereiten.

Der Hamburger Sport-Verein setzt auf seine Initiative „Der Hamburger Weg.“

Hamburger Unternehmen und der HSV stellen dabei soziale Projekte aus der Region vor und unterstützen damit deren Finanzierung durch eine Crowdfunding-Plattform. Unterstützt werden beispielsweise DJ-Workshops von Deluxekidz, einem Verein zur kulturellen Förderung von Kindern und Jugendlichen aus sozialen Brennpunkten. Paten des Projekts sind die Sparda-Bank Hamburg und der Schauspieler Stephan Luca sowie der Spieler Heiko Westermann.

VW und VfL – eine starke Sturmspitze

Beim Bundesligisten VfL Wolfsburg steht Volkswagen hinter der Nachhaltigkeitsinitiative des Vereins und fördert diese maßgeblich. Was liegt näher, als auf den Trikots des VfL für das Elektroauto „e-up!“ zu werben.

Unternehmen legen zunehmend Wert auf die Einbettung des Sponsoring in ein schlüssiges Gesamtkonzept, denn nur so lassen sich gezielt Imageeffekte generieren und Greenwashing-Vorwürfe vermeiden. Die Kooperationsprojekte sollten deshalb nachweisbar zur Verbesserung eines gesellschaftlichen oder ökologischen Problems beitragen. Die beiden größten Schweizer Detailhandelsunternehmen Coop und Migros bestehen darauf, dass die von ihnen gesponserten Sportveranstaltungen wirksame Maßnahmen für Umweltschutz und Nachhaltigkeit durchführen.

Achtung: Keine Eigentore!

Dass die enge Vernetzung von Sport und Sponsoren zu negativen Effekten führen kann, zeigte sich während der Champions League Saison 2013/14. Greenpeace machte mit Aktionen in Basel und in Madrid auf die Kampagne „Save the Arctic“ aufmerksam. Im Rahmen dieser Kampagne wollten die Regenbogenkämpfer auf die Gefahren der Erdölförderung in der Arktis hinweisen und dabei insbesondere die Tätigkeiten des Hauptsponsors der Champions League – Gazprom – in den Fokus der Öffentlichkeit rücken. Die Fotos und Videos der Guerilla-Aktionen wurden schnell ein Hit auf Twitter, Facebook & Co. und vor dem Hintergrund der Ukraine-Krise hat sich die öffentliche Kritik an Gazprom und dem Sponsoren-Deal verschärft. Ein Eigentümer in Sachen Umweltbilanz haben mehrere Bundesligisten auch beim Thema Bechereinsatz im Stadion geschossen. (Lesen Sie dazu den Beitrag „Rote Karte für Einweg“ auf Seite 18).

Ökonomie) erfolgreich umgesetzt werden können, zeigt das Beispiel des VfL Wolfsburg. Unter dem eingängigen Namen „Gemeinsam bewegen“ setzt der Verein ökologische und soziale Projekte um und hat als erster Fußballclub einen Nachhaltigkeitsbericht nach Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) veröffentlicht. Wenn sich Fußballvereine der Thematik ernsthaft widmen, und sie als Kernaufgabe des Managements verstehen, lässt sich mit der Umsetzung Gutes tun und damit auch noch Geld verdienen. Durch die Abkehr vom Gießkannenprinzip im Sportsponsoring und den zunehmenden gesellschaftlichen und politischen Handlungsdruck wird das Thema Nachhaltigkeit auch auf Clubebene eine zunehmend wichtige Rolle spielen. Fußballclubs, die sich der Thematik jetzt widmen, haben einen Vorsprung gegenüber den Konkurrenten und können sich für die Zukunft aufstellen. Ganz nach dem Motto der deutschen Fußballnationalmannschaft: „Bereit wie nie.“

Bereit wie nie?

Nachhaltigkeit im Fußball steht am Anfang der Entwicklung. Dass Nachhaltigkeitsinitiativen unter gleichberechtigter Betrachtung aller Dimensionen (Ökologie, Soziales und

FABIAN PUTZING

arbeitet bei sustainable///sports
www.sustainablesports.ch

www.heldenmarkt.de

Heldenmarkt

4./5. Oktober 2014
Frankfurt am Main | Bockenheimer Depot

25./26. Oktober 2014
Stuttgart | Alte Kelter Fellbach

15./16. November 2014
Berlin | Postbahnhof

14./15. März 2015
München | Postpalast

28./29. März 2015
Ruhr | Jahrhunderthalle Bochum

9./10. Mai 2015
Hamburg | Alsterdorfer Sporthalle

Messe für nachhaltigen Konsum



Die verpasste Chance

Rund um den Globus fiebern Millionen von Menschen mit, wenn die besten Nationalmannschaften der Welt in den neuen Stadien Brasiliens um den Pokal der 20. FIFA Fußballweltmeisterschaft wetteifern. Fans aus der ganzen Welt sind ihren Mannschaften nach Brasilien gefolgt. Die Erwartungen der Fans sind hoch – so auch die Erwartungen, die Brasilien im Vorfeld mit der WM verbunden hat.

Von Andreas von Schumann und Tālis Zvidriņš

Als die WM-Entscheidung zugunsten Brasiliens im Jahr 2007 fiel, hatte der damalige brasilianische Präsident Lula da Silva gejubelt und gesagt, Brasilien würde damit zum Klub der Erste-Klasse-Länder gehören. Doch schon zum Confederations Cup im vergangenen Sommer gab es Proteste und Ausschreitungen. Die enormen Ausgaben für die Fußball WM 2014 – insgesamt werden die mit der WM verbundenen Kosten auf rund 10 Mrd. Euro geschätzt – sowie die Erhöhung der Preise des öffentlichen Verkehrs und die seither teure Bildung hatten eine tiefe Unzufriedenheit in der Bevölkerung ausgelöst.

Widerstrebende Interessen

Brasilien war klar, dass sehr hohe Investitionen getätigt werden müssen, um die umfangreichen Anforderungen der FIFA zu erfüllen. Diese, so wurde zu Beginn der Vorbereitungsphase betont, würden auch aus privaten Mitteln getätigt werden. Letztlich aber garantierte die Brasilianische Regierung den Löwenanteil aus öffentlichen Mitteln zu begleichen und zog sich damit den Ärger der Bevölkerung zu.

Die Anforderungskataloge der FIFA sind umfangreich und reglementieren bis ins kleinste Detail, was von den Austragungsorten zur Organisation des Mega-Events bereitgestellt



Die Folgen der Fußball-WM für Brasilien sollten im Nachgang genau analysiert und die Erkenntnisse auf folgende Austragungsländer übertragen werden. Wir fordern: Die FIFA muss zukünftig mehr Verantwortung für die Nachhaltigkeit ihrer Großveranstaltungen übernehmen.

werden muss: angefangen bei den Kapazitäten der Flughäfen der Spielorte, über die Werbebotschaften, die entlang der Straßen zum Stadion hängen dürfen, bis hin zur Art und Anzahl der Hotelzimmer. Auflagen, die von den meisten Ländern große Anstrengungen erfordern. Der Rechteinhaber ist letztlich nur am reibungslosen Ablauf der Spiele der WM und den damit verbundenen Einnahmen interessiert. Nach der WM ziehen die FIFA-Verantwortlichen weiter zum nächsten Austragungsort und kontrollieren dort die Umsetzung für das nächste globale fußballerische Kräftenessen. Denn die WM soll 2018 wieder reibungslos in Russland ablaufen.

Verpasste Chancen

Schnell übersehen wird hierbei – gerade unter dem massiven Zeitdruck – das enorm große Potenzial, dass ein solches Großereignis für die nachhaltige Entwicklung des Gastgeberlandes bergen kann. Gut vorbereitet, lassen sich Meilensteine auf dem Weg einer nachhaltigen Transformation des Ausrichterlandes realisieren, wie der Ausbau der Tourismusinfrastruktur, Verwaltungsreformen oder die ökologisch ausgerichtete Entwicklung der Verkehrswegenetze. Die Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH hat bereits in sehr unterschiedlichen Kontexten Ausrichter von Großveranstaltungen bei ihren Vorbereitungen unterstützt, so zum Beispiel bei der EXPO 2000 in Hannover, Südafrika bei der WM 2010 und die Ukraine bei der EM 2012. In Brasilien wurden im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) Stadien mit Solardächern ausgestattet, um so unter anderen Erneuerbare Energien zu fördern und die Öffentlichkeit für Umwelt- und Klimathemen zu sensibilisieren. GIZ AgenZ

(die GIZ-eigene Agentur für politische Kommunikation und strategisches Marketing) hat die positiven „Legacies“, die durch eine Großveranstaltung erreicht werden können auf der Basis der Projekterfahrungen der GIZ analysiert – und diese sind in der Tat vielfältig:

- In der politisch-kommunikativen Dimension können Austragungsorte das Image des Austragungslandes nachhaltig positiv beeinflussen.
- In der ökonomischen Dimension kann die lokale Wirtschaft vorbereitet werden, damit sie zum Beispiel von dem gesteigerten Tourismusaufkommen langfristig profitiert.

In der infrastrukturellen Dimension kann die Großveranstaltung als Katalysator für infrastrukturelle Modernisierungen dienen, wenn sie in die langfristigen Entwicklungspläne der Ausrichterregion eingebunden sind. Dabei ist insbesondere die Frage von Nachnutzungskonzepten für Veranstaltungstätten von Bedeutung.

In der sozialen Dimension bieten Großveranstaltungen die Gelegenheit, die gesellschaftliche Integration und Partizipationsmöglichkeiten der Bevölkerung zu stärken und Bildungs-, Sozial- und Sensibilisierungsprogramme zu fördern.

In der ökologischen Dimension lassen sich zwei Aspekte unterscheiden: Erstens, kann die Großveranstaltung genutzt werden, um Fragen von ökologischer Nachhaltigkeit öffentlich zu thematisieren. Zweitens, können die direkten negativen ökologischen Auswirkungen der Durchführung der Großveranstaltung vermieden, verringert oder zumindest kompensiert werden.

Um diese umfangreichen Potenziale nutzen zu können, bedarf es einer akkuraten Planung, der Einbettung der un-



Die Begeisterung für den Fußball kann hervorragend zur Förderung von Umweltbewusstsein und zur Lösung sozialer Konflikte genutzt werden.



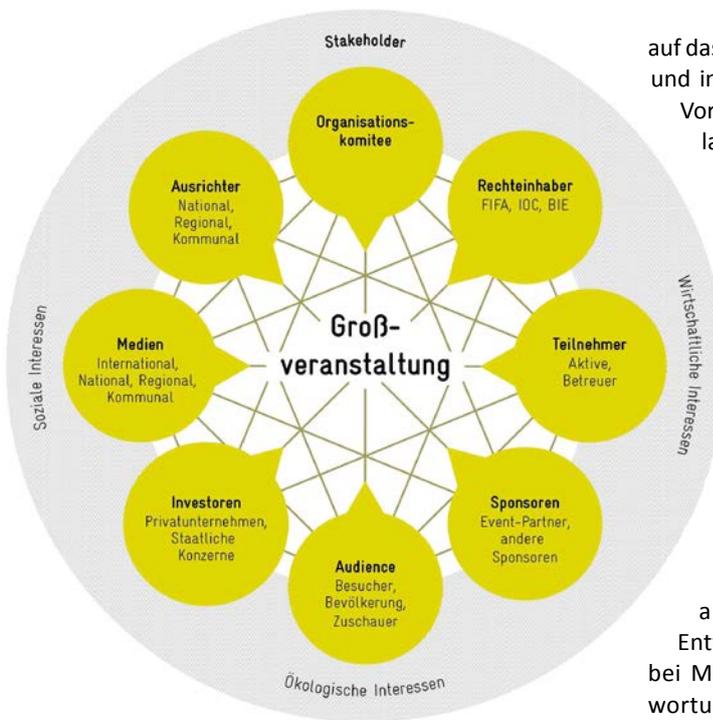
Wirkungsdimensionen von Großveranstaltungen. Quelle: GIZ AgenZ

terschiedlichen Dimensionen in die Vorbereitungen sowie eines engen Zeitmanagements. In den seltensten Fällen haben die Ausrichterländer allerdings Erfahrungen mit der Umsetzung eines solchen Ereignisses und fokussieren sich mit zunehmendem Zeitdruck darauf, die Anforderungen der FIFA zu erfüllen. So auch in Brasilien. Die positiven Folgewirkungen der Großveranstaltung wurden zu Beginn von der FIFA und den frisch bestätigten brasilianischen Ausrichtern hoch gepriesen. Je näher jedoch der Termin der Veranstaltung rückte, desto leiser wurden die Versprechungen und nur

noch die elementarsten Maßnahmen wurden durchgeführt.

Katzenjammer danach

Das Mega-Event wird zum Pyrrhussieg, der weithin sichtbar ist, aber außer schönen Erinnerungen, leeren öffentlichen Kassen, zusätzlichen sozialen und ökologischen Problemen und überdimensionierten Baumaßnahmen wenig zurück lässt. Die für die WM gebauten Fußballtempel Brasiliens werden für die Spiele der städtischen Clubs überdimensioniert zurückbleiben, genauso wie die emsig ausgebauten



Das Akteursgeflecht bei Großveranstaltungen (Quelle: GIZ AgenZ)

Hotelkontingente, die in so großer Anzahl in den weniger touristischen Spielorten ungenutzt bleiben werden. Großveranstaltungen sind somit ein unter Zeitdruck stattfindender Stresstest für das Ausrichterland, an dem sie sich häufig überheben. Es sind zwar die Rechteinhaber wie die FIFA, die ihre Anforderungen zunehmend ausweiten und so die Veranstaltung aufwändiger und damit teurer machen. Jedoch sind es die Länder selbst – in diesem Fall Brasilien – die sich für eine Großveranstaltung bewerben. Die Regierungen der Länder wollen das einmalige Zeitfenster, in der die Welt

auf das eigene Land schaut, nutzen, um sich zu präsentieren und international sichtbar zu werden. Sie versuchen ihre Vorgänger zu übertrumpfen und setzen damit die Messlatte immer höher für die nächsten Ausrichter. Und die FIFA geht dabei mit. Eine neue Messlatte für die Imagesteigerung könnte für beide – die FIFA und das Land – die Nachhaltigkeit bei der Verwirklichung der Ausrichtung von Fußballgroßereignissen sein. Offen bleibt somit die Frage, wer die Verantwortung für die langfristige Wirkung solcher Mega-Events übernimmt. Bisher schieben sich die involvierten Parteien gegenseitig den schwarzen Peter zu. Die Rechteinhaber interessieren sich nur für die erfolgreiche Umsetzung der Veranstaltung und die damit verbundenen Milliarden-Einnahmen. Die Ausrichter aber sind froh, wenn sie die Milliarden-Ausgaben nach der Veranstaltung still abschreiben können. Sollte aber nicht eigentlich die langfristige, nachhaltige Entwicklung des Ausrichterlandes im Fokus stehen und bei Milliarden ausgegebener Steuergelder eine verantwortungsvolle Verwendung die höchste Prämisse sein? Die Potenziale sind wie gesagt groß. In Brasilien dürfte die Rechnung nicht aufgehen. ■

ANDREAS VON SCHUMANN

ist Diplom-Sozialwissenschaftler und leitet die GIZ-eigene Agentur AgenZ. Seit der EXPO 2000 hat er Engagements der GIZ im Rahmen von Großveranstaltungen verantwortet, so z.B. bei der WM 2010 in Südafrika und der EM 2012 in der Ukraine.

TĀLIS ZVIDRIŅŠ

ist Sport- und Wirtschaftswissenschaftler und arbeitet seit 2010 bei AgenZ.

Die Studie „Großveranstaltungen als Motor für nachhaltige Entwicklung“ finden Sie unter www.agenZ.de

Kongress und Glitzer

Wer kennt sie nicht, die Glitzerwelt von Messen, Kongressen oder Popkonzerten. Während der Veranstaltung glänzt alles im hellsten Scheinwerferlicht. Doch am Tag danach kommt der Katzenjammer: Müllberge türmen sich und der Blick hinter die Fassaden ernüchert. Das kann sich ändern.

Von Joachim König und Antje Münsterberg

Veranstaltungshäuser jeder Größenordnung sind der Spiegel des wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Lebens. In Bürgerhäusern, Stadthallen, Kongresszentren und Special Event Locations kommen Menschen zur Wissens- und Weiterbildung, zum Meinungsaustausch und zur Unterhaltung zusammen; sie finden dort eine unmittelbare Plattform des menschlichen Miteinanders. Auch in Zeiten von Web 2.0 ist eine Welt ohne Veranstaltungen, welcher Art auch immer, undenkbar. Pro Jahr finden in Deutschland

über drei Millionen Tagungen, Messen, Konferenzen und Events statt. 371 Millionen Veranstaltungsteilnehmer bevölkern jährlich die über 7.000 Veranstaltungsstätten – und nahezu jeder von uns ist Teil davon. Doch wo Menschen zusammenkommen, hinterlassen sie auch Spuren. Den ökologischen Fußabdruck von Events zu beleuchten, ist daher eine wichtige Herausforderung für ein verantwortungsbewusstes Handeln innerhalb der Veranstaltungswirtschaft.



Foto: © CCA

370 Millionen Veranstaltungsteilnehmer hinterlassen Berge Große, internationale Kongresse und Messen gelten als die Königsdisziplin der Veranstaltungswirtschaft. Viele Teilnehmer reisen aus aller Herren Länder an, um sich über wichtige Themen auszutauschen und zu informieren. Doch gerade hier entsteht der ökologische Fußabdruck der größten Schuhgröße: An- und Abreise per Flugzeug und Auto erzeugen Emissionen. Aber auch während der Veranstaltung können wir unsere Spuren nicht unsichtbar machen. Technisches

Equipment verbraucht in der Regel Energie – eine Veranstaltung ohne Licht-, Ton- und Videotechnik ist kaum denkbar. Und wie sieht die Energiebilanz der Location aus? Unabdingbarer Bestandteil jeder Veranstaltung ist das Catering. Gutes Essen und Trinken halten Leib und Seele zusammen. Muss jedoch „gut“ gleichbedeutend sein mit Erdbeeren im Winter, sowie Speisen und Getränken aus fernen Ländern, die viele tausend Kilometer zurückgelegt haben, bevor sie auf unserem Teller liegen? Muss es un-



Kongresszentrum Alpbach

bedingt Einweggeschirr sein, um sich die Servicekräfte zu sparen? Und gibt es nicht eine Möglichkeit, auf Portionsverpackungen zu verzichten?

Viel zu wenige Messebauer entscheiden sich für Material, das wiederverwendet werden kann, und so landen täglich zum Beispiel große Mengen Einwegteppich auf dem Müll. Tagungsunterlagen, Broschüren, Tüten, Werbegeschenke, Verpackungsmaterial und Einweggeschirr – vieles davon nicht gelesen, nicht beachtet und überflüssig – lassen die Müllberge anwachsen. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen. Wie in allen Lebensbereichen, gilt es auch bei der Konzeption und Umsetzung von Veranstaltungen, die eingebürgerte Wegwerfmentalität zu vermeiden.

Nachhaltigkeit als Megatrend der Zukunft

Nachhaltigkeit und das Bewusstsein für unsere Verantwortung gegenüber den kommenden Generationen ist kein kurzfristiger Trend. Schon lange achten wir beim Kauf von Kühlschränken und Autos auf Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit. Kein Wunder also, dass auch Anbieter und Organisatoren von Veranstaltungen zunehmend auf Nachhaltigkeit achten und Dienstleister bevorzugen, die die Grundsätze von ökologischem, ökonomischem und sozialem Handeln in ihr Leitbild integriert haben. Das Meeting- & EventBarometer 2013 bewies, dass fast die Hälfte aller Veranstaltungsorganisatoren Anbieter mit einem zertifizierten Nachhaltigkeits-Managementsystem den Vorzug gibt. Und auf diese erhöhte Nachfrage gilt es zu reagieren, denn erst 40 Prozent der Veranstaltungsorten in Deutschland haben ein Nachhaltigkeitsmanagement-System implementiert.

Branchenkodex „fairpflichtet“ als Kennzeichen nachhaltiger Betriebe

Im Mai 2012 initiierten die beiden Branchenverbände Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) und German Convention Bureau e.V. (GCB) den Branchenkodex fairpflichtet, um Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft zu fördern und zu unterstützen. Bis heute haben sich knapp 370 Unternehmen aus allen Bereichen der Branche angeschlossen, darunter Veranstaltungshäuser, Event-Agenturen, Hotels, Technikfirmen, Marketing-Verbände und Catering-Unternehmen. Für Verbraucher und Kunden ist das fairpflichtet-Zeichen daher ein Merkmal für nachhaltig agierende Firmen.

Das Konzept von fairpflichtet ist denkbar einfach: Mit der Unterzeichnung des Kodex „fairpflichtet“ sich das Unternehmen, nach den Leitlinien für Nachhaltigkeit – das heißt nach ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten – bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu handeln. Ein Jahr nach der Unterzeichnung liefert jedes Unternehmen einen Fortschrittsbericht, in dem es seine Aktivitäten in Sachen Nachhaltigkeit dokumentiert und der auf www.fairpflichtet.de veröffentlicht wird. So entsteht ein echter best practice-Ideenpool, aus dem sich jeder bedienen kann.

Der Green Globe für Fortgeschrittene

Zur weiteren Professionalisierung kann nach dem Einstiegsmodell eine Zertifizierung, zum Beispiel mit dem Green Globe-Siegel, erfolgen. Hier erhält das Unternehmen anhand einer Vielzahl von Kriterien und Fragestellungen Tipps und Ideen zur weiteren Umsetzung nachhaltigen Handelns. Die Aktivitäten werden von externer, professioneller Stelle begleitet und bewertet, so dass eine offizielle Zertifizierung vergeben wird, die in regelmäßigen Abständen aktualisiert und überprüft wird. Im Unternehmen entsteht so ein fortlaufender Prozess, sich kontinuierlich dem Thema zu widmen und Schritt für Schritt besser zu werden. Auch kleine Maßnahmen finden hier ihre Anerkennung.

Durch das Zertifikat erwirbt das Unternehmen zudem das Recht, das international bekannte und anerkannte Green Globe-Logo für Werbezwecke zu verwenden und damit die Wahrnehmung in der Branche und bei seinen Kunden noch weiter zu vertiefen.

Möglichkeiten, nachhaltiges Handeln im Unternehmen zu etablieren, gibt es viele: Sie reichen von der Optimierung des Abfallkonzeptes durch Müllreduzierung, Mülltrennung und Verbesserung der Abholzyklen über den Einsatz von energieeffizienter Beleuchtung und Wasserspartasten bis zum Engagement für soziale Belange und Kompensation des CO₂-Fußabdruckes für ökologische Projekte. Viele Betriebe der Veranstaltungsbranche haben das Thema Nachhaltigkeit mittlerweile als Standard in ihre Unternehmensphilosophie und ihren Unternehmensalltag integriert und sehen die Arbeit daran als kontinuierlichen Prozess, der zum Beispiel durch ein so genanntes Green Team aus den Kreisen der Mitarbeiter fortlaufend verfolgt wird.

Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater

Eine weitere Unterstützung für die Branche bieten die beiden Verbände GCB und EVVC in Form eines Fortbildungsangebotes für Veranstaltungsprofis. Die Einsteigerseminare richten sich an Veranstaltungsplaner sowie Mitarbeiter aus Unternehmen, Verbänden, Hotels, Kongresszentren und Agenturen, die Grundkenntnisse zum Thema nachhaltige Veranstaltungen erwerben möchten, zum Beispiel über Maßnahmen in Bereichen wie Mobilität, Location, Catering oder Veranstaltungstechnik sowie deren konkrete Umsetzung.

Neu im Seminarangebot des GCB für 2014 ist das aufbauende Programm „Nachhaltigkeitsberater 2.0“ für Eventmanager sowie Mitarbeiter und Führungskräfte im Veranstaltungsbereich, die bereits erste Erfahrungen mit nachhaltigen Events gemacht haben. Sie entwickeln im Seminar beispielsweise ein Nachhaltigkeitsleitbild und befassen sich mit der Gestaltung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Ziel ist die Implementierung eines nachhaltigen Managementsystems im eigenen Betrieb.

Der Branchenkodex fairpflichtet und die Seminarreihe „Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche“ sind Bestandteil des gemeinsamen

Fortsetzung auf Seite 34 ►



Kap Europa

Das neue Kongresshaus der Messe Frankfurt ist eröffnet

Das Kap Europa macht Veranstaltungen zu einem Erlebnis. Schon beim Eintreten spürt man die Wohlühl-Atmosphäre. Licht, Luft, Akustik und das Interieur sorgen für ein gutes Klima. In den Veranstaltungsräumen fällt das Arbeiten leicht. Neueste Technik und professioneller Service sind dabei selbstverständlich. Viel Augenmerk wird auf Ressourcenschonung und Effizienz gelegt. Das beginnt bei den eingesetzten Materialien im Gebäude, zeigt sich aber auch im Catering mit regionalen Produkten. Die Zentrale Lage des Kap Europa, mit dem nahen Flughafen, dem Hauptbahnhof um die Ecke und dem öffentlichen Nahverkehr vor der Tür, ermöglicht kurze Wege. Das schont die Umwelt und unterstützt den nachhaltigen Ansatz.

Kap Europa – ein nachhaltiges Gebäude

Bei der Planung des Gebäudes hat man sich von Anfang an der Verpflichtung für die nachfolgenden Generationen gestellt. Der schonende Umgang mit Ressourcen und die Umweltverträglichkeit der Materialien stehen im Fokus und bieten Veranstaltern und Gästen eine besondere Aufenthaltsqualität. Das Kap Europa ist die erste Kongressimmobilie weltweit, die eine Gold-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) erhält. Das Gebäude erfüllt eine besondere Vorbildfunktion hinsichtlich einer ökologischen bzw. sozialverträglichen Bauweise.

Das Kap Europa zeichnet sich durch ein wohl durchdachtes, nachhaltiges Konzept aus: von der umweltschonenden und abfallarmen Baustelle über den energieeffizienten Betrieb bis zum Rückbaukonzept. Materialien und Baustoffe sind umweltverträglich und emissionsarm. Beim Innenausbau und bei den Dachträgern wurde auf die Verwendung von zertifiziertem Holz geachtet. Wassersparende Armaturen, energetisch optimierte Fenster- und Fassadenflächen sowie ein hoher LED-Anteil bei der Beleuchtung und ein intelligentes Steuerungskonzept sind weitere Pluspunkte. Als besonderes Highlight verbessert das 1.000 Quadratmeter große Gründach die CO₂-Bilanz. Das Kap Europa bezieht ausschließlich Ökostrom aus regenerativen Quellen, mit dem der Ausbau erneuerbarer Energien mit einem festgelegten Betrag je Kilowattstunde gefördert wird.

Das Raumangebot im Kap Europa

Das Haus hat eine Gesamtkapazität von 2.400 Personen. 14 Räume sind auf vier Veranstaltungsebenen untergebracht und von 4.200 qm Foyerflächen umgeben. In der Ankunftsebene findet sich der 17 Meter lange Registrierungscounter, die Garderobe und ein Bistro. Insgesamt 7.700 qm Veranstaltungsfläche verteilen sich auf den großen Saal Horizont für 1.000 Personen, den Saal Meridian für 600 Personen, sowie 12 weitere Tagungsräume. Die impo-

santen Deckenhöhen von über sieben bzw. acht Metern lassen Weiträumigkeit und Freiräume entstehen. Die Foyers sind mit großen Fensterflächen hell und großzügig. Phantastische Ausblicke – vor allem von der Terrasse in der obersten Ebene – auf die Frankfurter Skyline schaffen ein ganz besonderes Ambiente.

Weitere Veranstaltungsmöglichkeiten der Messe Frankfurt

Auf dem Frankfurter Messegelände stehen Ihnen weitere attraktive und miteinander kombinierbare Gebäude für Veranstaltungen zur Verfügung. Die ehrwürdige Festhalle kann eine 100jährige Geschichte erzählen und besticht durch ihren historischen Charme. Congress Center und Forum überzeugen mit Funktionalität und architektonischen Raffinessen, mit tageslichtdurchfluteten Räumen und technischen Besonderheiten.

Kontakt

Gerne erarbeitet Congress Frankfurt ein individuelles Angebot für Sie:
congressfrankfurt@messefrankfurt.com
www.congressfrankfurt.de

congressfrankfurt

► Fortsetzung von Seite 32



München legte vor: Dachbegrünung, Solaranlage und mehr sind Teil eines Maßnahmenbündels für Nachhaltigkeit. Im April ist die Messe München GmbH dem Projekt Fairpflichtet beigetreten und bekennt sich damit zu ihrer unternehmerischen Verantwortung.

Nachhaltigkeits-Engagements von GCB – German Convention Bureau e.V. und EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. Dazu kommt die inzwischen fest etablierte Informations- und Diskussionsplattform für alle Fragen rund um das Thema Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche,

die greenmeetings und events Konferenz vom 9. bis 10. Februar 2015 im Kap Europa in Frankfurt.

Nachhaltigkeit geht uns alle an – helfen Sie also, dass Green Meetings bald so selbstverständlich für die Veranstaltungsbranche sind, wie Events zu unserem Alltag gehören. ■

JOACHIM KÖNIG

ist seit 2007 Direktor und Werkleiter des Hannover Congress Centrum (HCC). Von 2000 bis 2009 bekleidete er das Amt des Vizepräsidenten im EVVC und ist seit 2009 Präsident im ehrenamtlich tätigen EVVC-Vorstand.

ANTJE MÜNSTERBERG

ist seit 1997 in unterschiedlichen Positionen bei mainzplus CITY-MARKETING (ehemals Congress Centrum Mainz) tätig und begleitet den EVVC seit 2002 nebenberuflich als Pressesprecherin.

Weitere Infos

- www.evvc.org
- www.fairpflichtet.de
- www.gcb.de
- www.greenglobe.com

Checkliste für Veranstaltungsorte, Planer und Besucher

Helpen Sie, Veranstaltungen verträglicher für die Umwelt zu gestalten.

Als Veranstaltungsbesucher ...

... kann ich möglichst mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, vor Ort zu Fuß gehen oder Hybrid-Taxis den Vorzug geben und bei der Wahl meines Hotels auf dessen Nachhaltigkeitsengagement achten. Bei der Veranstaltung entsorge ich meinen Abfall korrekt und nehme von der Veranstaltung nur die Unterlagen und Geschenke mit, die ich wirklich brauche. Vielleicht stellt der Veranstalter die Tagungsunterlagen ja auch online zur Verfügung, dann muss ich gar nichts mitnehmen. Meinen Badge gebe ich selbstverständlich nach der Konferenz zur Wiederverwertung zurück.

Als Betreiber einer Veranstaltungsorte ...

... sollte ich darauf achten, den CO₂-Fußabdruck des Gebäudes möglichst zu minimieren (Wärmedämmung, gut gesteuerte Klimatisierung, energiearme Beleuchtung, Bewegungsmelder, Ökostrom, Wasserspartasten, wasserlose Urinale, effizientes Energiemanagement, Wärmerückgewinnung und vieles mehr). Auch wenn ich nicht Eigner des Gebäudes bin und mir somit in Sachen Investitionen die Hände gebunden sind, kann ich meinen Beitrag zu grünen Veranstaltungen leisten. Bei der Wahl von Berufsbekleidung achte ich auf faire Textilien. Reinigungsmittel suche ich nach ökologischen Gesichtspunkten aus. Durch ein intelligentes Abfallmanagement und richtige -trennung lassen sich Müllberge und so auch entsprechend Kosten minimieren. Auch meine Partner und Lieferanten sensibilisiere ich für das Thema, denn nur gemeinsam können wir ein rundes und schlüssiges Angebot für Green Meetings auf die Beine stellen. Dazu gehört nachhaltiges Catering genauso wie das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn für die kostengünstige Anreise der Besucher.

Ein wichtiges Anliegen ist mir die Motivation meiner Mitarbeiter, die in Sachen Mülltrennung und verantwortungsbewusster Um-

gang mit den Ressourcen mit gutem Beispiel vorangehen sollen. Durch die Ausbildung zum Nachhaltigkeitsberater können sie unseren Kunden mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Um mein Engagement in Sachen Nachhaltigkeit offen und transparent zu gestalten, widme ich eine Seite unserer Homepage diesem Thema und zeige darin meine Zertifizierungen. Die Veröffentlichung eines Fortschrittsberichtes macht es für meine Kunden einfach, unseren Betrieb als bewusst nachhaltig handelndes Unternehmen zu identifizieren.

Als Veranstaltungsplaner ...

... achte ich bei der Wahl der Location und der Dienstleister auf anerkannte Zertifizierungen und wähle nach Möglichkeit nur Unternehmen aus, die sich zu nachhaltigem Handeln bekennen. Auch die gute Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes mit öffentlichen Verkehrsmitteln spielt für mich eine große Rolle. Umso besser, wenn die Location eine Kooperation mit der Bahn für das Veranstaltungsticket abgeschlossen hat.

Speisen und Getränke für die Besucher meiner Veranstaltung suche ich nach den Grundsätzen regional und saisonal aus. Einweggeschirr und Portionsverpackungen kommen für mich nicht in Frage. Um die Abfallmengen möglichst gering zu halten, verzichte ich nach Möglichkeit auf Broschüren und Handouts; die Teilnehmer erhalten die erforderlichen Informationen elektronisch. Für unvermeidbaren Abfall spreche ich mit der Location ab, getrennte Entsorgungssysteme zur Verfügung zu stellen. Die Auswahl von Give-aways überlege ich sehr sorgfältig. Auf Wegwerfprodukte verzichte ich und überlege, ob ich den Betrag, den ich früher für Referentengeschenke ausgegeben habe, nun für einen sozialen Zweck spende.

Foto: © Messe München International



Das Neckar Forum in Esslingen

Veranstaltungen – vielseitig, individuell und nachhaltig

Individuell gestaltete Workshops, produktive Arbeitsgruppen, informative Pressekonferenzen, große Kongresse und Ausstellungen: Für den intensiven Erfahrungsaustausch schafft das Neckar Forum den passenden Raum. Innovation und Engagement sind ausschlaggebend für Erfolg. Leitgedanke dabei ist für die Esslingen live – Kultur und Kongress GmbH, dem Betreiber des Neckar Forums, die Nachhaltigkeit. Mit der Unterstützungserklärung für den Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungswirtschaft „fairpflichtet“ sind neben einem nachhaltigen Bürobetrieb auch die optimalen Rahmenbedingungen für die so genannten „green meetings“ gegeben.

Die mehrfach ausgezeichnete Top-Eventlocation Neckar Forum ist ein modernes und architektonisch spannendes Kultur- und Kongresszentrum in exponierter Lage, verbunden mit der historischen Altstadt Esslingens. Direkt angeschlossen ist das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul und eine Tiefgarage, so dass Veranstalter eine optimale Infrastruktur mit kurzen Wegen vorfinden. Das BEST WESTERN PREMIER

Hotel Park Consul selbst ist zertifiziert mit dem CSR Tourism-Siegel. Zudem ist das Neckar Forum mit allen Verkehrsmitteln, einschließlich des Öffentlichen Nahverkehrs, bestens zu erreichen. Mit dem Angebot des Veranstaltungstickets der Deutschen Bahn ist eine CO₂-freie Anreise gegeben.

Veranstaltungsplanern stehen das verglaste Foyer sowie der Große Saal mit einer Kapazität von bis zu 1.200 Personen zur Verfügung. Acht moderne Konferenzräume und attraktive Tagungspauschalen mit regionalen Produkten runden das Angebot ab. Die Räume sind alle – wenn gewünscht – vom Tageslicht durchflutet und die preisgekrönte Architektur schafft eine elegante Atmosphäre.

Durch die Fußnähe zur Altstadt lassen sich Rahmenprogramme ohne aufwendige Transfers organisieren. Malerische Gassen verbinden eine Vielzahl attraktiver Plätze mit schönen Lokalen und uralten Weinstuben. Zu den Hauptanziehungspunkten der Stadt Esslingen gehören Deutschlands älteste Sektellerei Kessler und älteste Fachwerkzeile sowie der prämierte Mittelalter- und

Weihnachtsmarkt. Nur wenige Minuten von Esslingen entfernt locken Attraktionen von europäischem Rang wie das Mercedes-Benz-Museum, das Porsche Museum, die Staatsgalerie Stuttgart oder das Cannstatter Volksfest.

Hinter den Veranstaltungen steckt das engagierte und professionelle Team der Esslingen live – Kultur und Kongress GmbH, das sich mit viel Herzblut für die Veranstalter und deren Gäste einsetzt. Die Attraktionen der Stadt und Umgebung werden von Esslingen live in die Gestaltung und Umsetzung der Veranstaltung eingebettet.

Kontakt

ESSLINGEN LIVE KULTUR UND KONGRESS GMBH

Ebershaldenstraße 12
73728 Esslingen am Neckar
Tel.: 0711 / 4 11 11 – 7 00
Fax: 0711 / 4 11 11 – 9 99
www.esslingenlive.de
info@esslingenlive.de



Alpengrün



Wann hat sich Ihr Haus entschlossen, ein „grünes“ Kongresszentrum zu werden?

Die Weichen zur Entwicklung als Green Meeting-Destination wurden sehr früh gestellt. Die wichtigsten Meilensteine waren die erstmalige Durchführung des Europäischen Forums Alpbach, das seit 1945 in Alpbach stattfindet, der Gemeinderatsbeschluss im Jahr 1953 zum Erhalt des Alpbacher Baustils und der Neubau des Congress Centrums Alpbach mit hoher Energieeffizienz im Jahr 1999. Erst vor sechs Jahren haben wir dann das Thema Green Location konsequent entwickelt.

Was waren die Gründe hierfür?

In den Jahren 2007 und 2008 entstanden viele Initiativen für „Green Meetings“. Doch viele Angebote konnten einer genaueren Prüfung nicht standhalten. Wir erkannten die enorme Chance, uns als besonderer Tagungsort in den Tiroler Bergen für unsere Kunden attraktiver zu machen. Dann begann die letztlich doch sehr aufwendige Entwicklung unseres Green Meeting Angebotes mit allen heute umgesetzten Bausteinen.

Hat sich der Aufwand gelohnt?

Der Einsatz hat sich für uns in jeder Hinsicht gelohnt. Alpbach entwickelt sich derzeit über das Congress Centrum hinaus zu einer nachhaltig ausgerichteten Destination. Wir konnten vor Ort 30 Premium Partner (Hotels, Pensionen, Gasthöfe) gewinnen, die mit uns an einem Strang ziehen und ganz aktuell widmet sich nun auch die Bergbahn als größter touristischer Anbieter der Region diesem Thema. Auch wirtschaftlich waren die Maßnahmen erfolgreich. Unser Unternehmen hat in den Jahren 2012 und 2013 jeweils neue Spitzenwerte beim Umsatz verzeichnen können.

Das Kongresszentrum im österreichischen Alpbach liegt in einer atemberaubenden Bergkulisse und möchte sich als grünes Tagungsangebot von der Konkurrenz abheben. **forum** sprach mit dem Geschäftsführer Georg Hechenblaikner über den langen und steinigen Weg auf den Gipfel. Sein Credo: Nachhaltigkeit funktioniert für ein Kongresszentrum nur mit Einbeziehung der gesamten Destination.

Ist der Trend stabil?

Ja, immer mehr Anbieter widmen sich diesem Thema. Das ist auch gut so, da wir dadurch gefordert sind, nicht stehen zu bleiben. Die gesamte Branche kann hier noch einiges bewegen.

Wie verändert sich die Nachfrage?

Zuerst haben wir festgestellt, dass unser Green Meeting-Angebot einen Zusatznutzen für unsere Kunden darstellt. Heutzutage ist es teilweise der Hauptgrund, warum Alpbach als Tagungsort zum Zug kommt. Manche Kunden nehmen es sehr ernst und fordern uns und unsere Partner damit massiv, andere sind froh, dass wir schon in so vielen Bereichen die Weichen gestellt haben (z.B. Anreise, Energieeffizienz, regionale Produkte, Beschaffung und Entsorgung, Green Event Management) und sie selbst nur auf die einzelnen Leistungen zurückgreifen müssen. Die Teilnehmer selbst sind zu Recht kritisch und schauen sehr genau hin.

Was ist bei Ihren Kunden besonders gefragt?

Regionale Produkte beim Catering im Congress Centrum und beim Frühstück in den Beherbergungsbetrieben werden besonders geschätzt. Bei der Energieeffizienz und Ressourcenschonung vertraut man auf unsere Zertifizierungen. Alpbach überzeugt aber vor allem durch das einheitliche Ortsbild. Hier dürfen wir die Früchte der frühen Weichenstellung des Alpbacher Gemeinderats ernten. Unsere Kunden könnten aber selbst oft noch viel mehr beitragen, damit eine Veranstaltung wirklich ein Green Meeting wird. Der Einsatz von Taschen, Give-aways und Papier lässt sich leider nur schwer eingrenzen, da dies oftmals Beiträge von Sponsoren sind.

Was können Sie Kongress- und Tagungsanbietern als Empfehlungen mit auf den Weg geben?

Wir haben mehr als zwei Jahre am Produkt gefeilt, danach die Green Globe Zertifizierung und zugleich auch das österreichische Umweltzeichen für Green Meetings angestrebt und sind erst dann mit unserem Angebot am Markt aufgetreten. Es hat sich auf jeden Fall gelohnt, zuerst das Angebot zu entwickeln und erst danach zu kommunizieren. Wir sind auch nicht beim Congress Centrum Alpbach stehen geblieben, sondern haben schon bald begonnen, das ganze Dorf als Partner zu gewinnen. Damit erfreut sich Alpbach einer gewissen Einzigartigkeit, was auch einem Kopierschutz gleich kommt.

Welche Siegel, Vereinigungen und Verbände sind aus Ihrer Sicht besonders wichtig?

Wir verfolgen hier eine zweistufige Strategie. Die Green Globe Zertifizierung bezieht sich auf Abläufe im Gebäude und hat eine hohe internationale Relevanz. Sie ist auch im – für uns so wichtigen – Markt Deutschland bekannt. Das österreichische Umweltzeichen für Green Meetings bezieht sich auf die Veranstaltung selbst und weniger auf das Gebäude. Dadurch wird der Kunde stärker gefordert, kann aber dann auch seine Erfolge als eigenen Verdienst geltend machen.

Was werden Sie unternehmen, um weiterhin Leuchtturm in Sachen Green Events zu sein?

Wir arbeiten intensiv an der Destinationsentwicklung. Dies geht nur kooperativ und mit viel Einsatz und Motivation. Auch Enttäuschungen und Rückschläge gehören dabei zum Arbeitsalltag. Wir entwickeln ein zukunftsfähiges Tourismusangebot und möchten damit auch der nächsten Generation außergewöhnliche Chancen bieten.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Ich wünsche mir, dass der eingeschlagene Weg in Alpbach fortgesetzt wird. Privat wäre es wünschenswert, eine gesunde Work-Life-Balance aufrecht zu erhalten, wobei gute Beziehungen, besonders innerhalb der Familie, oberste Priorität haben.

Wir danken für das Gespräch**Weitere Info**

www.congressalpbach.com

ANZEIGE

Virtuelle Events:

Die grüne Bühne für effiziente Kommunikation



Kongresse, Tagungen, Messen – all diese Veranstaltungen sind darauf ausgerichtet, einen großen Teilnehmerkreis zu informieren und Möglichkeiten zu bieten, sich interaktiv auszutauschen. Doch zu welchem Preis? Es entstehen nicht nur enorme Organisations- und Reisekosten (ein großer

Belastungsfaktor für die Umwelt!) für Veranstalter und Teilnehmer, sondern auch ein hoher Zeitaufwand.

Mit einer innovativen und interaktiven Plattform erschafft der erfahrene Konferenzanbieter meetyoo eine komplette virtuelle Umgebung und bietet somit die Möglichkeit einer modernen, nachhaltigen Online-Veranstaltung. Diese neuartige Präsentationsform kann für jegliche Art der Unternehmenskommunikation eingesetzt werden, vom Messeauftritt bis hin zum dauerhaft eingerichteten Trainings- oder Recruiting Center.

Bis zu 10.000 Teilnehmer betreten zunächst eine virtuelle Empfangshalle, werden mit einem Videovortrag begrüßt und können sich dann an den individuell designten Stän-

den Informationsmaterial downloaden, mit Ansprechpartnern chatten oder sich Videovorträge im Auditorium ansehen.

Von Meeting bis Messe – meetyoo realisiert Zusammentreffen aller Art und Größenordnungen als virtuelles Event. Entscheiden auch Sie sich für eine „grüne“ Veranstaltung. Wir beraten Sie persönlich und zeigen Ihnen gern eine Demo, rufen Sie uns an.

Kontakt

meetyoo conferencing GmbH
Friedrichstraße 200
10117 Berlin
Telefon +49 30 / 86 87 10 – 4 65
vertrieb@meetyoo.de
www.meetyoo.de

meetyoo
conferencing



An Kassel führt kein Weg vorbei

Mitten in Deutschland und im Herzen Europas gelegen, ist Kassel aus allen Himmelsrichtungen und mit allen Verkehrsträgern auf kürzestem Weg erreichbar und zusammen mit den vielseitigen Rahmenprogramm-Möglichkeiten der ideale Ort für Veranstaltungen. Im Interview mit **forum** erklärt Angelika Hüppe, Geschäftsführerin der Kassel Marketing GmbH, wie Kassel sich als Partner für grüne Veranstaltungen sieht.

Sie vermarkten Kassel als grüne Tagungsdestination – was macht die Stadt aus Ihrer Sicht dazu?

Die documenta-Stadt Kassel ist im doppelten Wortsinne grün. Sie liegt inmitten einer märchenhaften Mittelgebirgslandschaft, mehr als 63 Prozent ihrer Fläche bestehen aus Parks und Grünanlagen. Damit ist Kassel Deutschlands viertgrünste Stadt. Insbesondere der Bergpark Wilhelmshöhe, der 2013 zum UNESCO Weltkulturerbe erklärt wurde, sowie der Barockpark Karlssau mit der Größe des Fürstentums Monaco tragen dazu bei. Auf der anderen Seite haben wir uns für die Tagungsdestination früh auf die Anforderungen von Veranstaltern nach Nachhaltigkeitsaspekten bei der Durchführung von Tagungen, Kongressen und anderen Veranstaltungen eingestellt. Wir wollen diesem ökologischen Bewusstsein Rechnung tragen.

Welche Rolle spielt dabei die Lage Kassels?

Mobilität verursacht einen großen Anteil an CO₂-Emissionen. Durch seine zentrale Lage ist Kassel aus allen Regionen Deutschlands schnell zu erreichen. Das spart Zeit und ist gut für die Umwelt. Die Anbindung an das Schienennetz ist hervorragend, und mit dem CO₂-neutralen Kongressticket, das wir in Kooperation mit der Deutschen Bahn anbieten, wird die Anfahrt noch ressourcenschonender.

Auch innerhalb der Stadt sind die Wege kurz. Alle Kasseler Trams sind mit Naturstrom aus Wasserkraft klimaneutral unterwegs. Und mit der RegioTram, dem zukunftsweisenden

Kasseler Stadtbahnsystem, besteht eine direkte Anbindung der Region an die Kasseler City, so dass ein Umstieg vom Zug in die Tram entfällt.

Wenn Sie die documenta-Stadt mit Muskelkraft entdecken möchten, nutzen Sie doch das Fahrradverleihsystem Konrad, das rund 500 Fahrräder an 50 Stationen im Stadtgebiet bereitstellt.

Haben sich die Dienstleister in Ihrer Stadt ebenfalls darauf eingestellt?

Wir sind in der glücklichen Lage, dass sich das Nachhaltigkeitsbewusstsein bei zahlreichen Partnern aus allen Bereichen der Veranstaltungsbranche durchgesetzt hat. So können wir in einem starken Netzwerk mit Tagungsstätten und -hotels, Caterern, Technik- und Mobiliardienstleistern sowie Veranstaltungsagenturen zusammenarbeiten. Das Kongress Palais wurde bereits 2009 als erstes Tagungszentrum Deutschlands mit einer der weltweit führenden Umweltmarken, dem Green Globe, zertifiziert. Auch unsere Partner haben sich diesem Umweltsiegel angeschlossen bzw. sich zu dem Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet bekannt.

Was bietet Kassel den Tagungs- und Kongressteilnehmern nach der Veranstaltung?

Kassel ist drittgrößter Museumsstandort in Deutschland und bietet als solcher eine große kulturelle Vielfalt. Selbst-

verständlich machen auch unsere attraktiven Rahmenprogramme Kassel auf die „nachhaltige Tour“ erlebbar. Mir fallen da zum Beispiel geführte Fahrrad-Stadtrundfahrten, E-Bike- oder Segway-Touren ein, die die Teilnehmer immer wieder begeistern, weil sie ein sehr unmittelbares Gefühl für die Stadt vermitteln. Außerdem können Sie Stadtrundgänge zu Fuß erleben oder eine per ÖPNV durchgeführte kulinarische Stadtrallye genießen. Der „grüne“ Aspekt der Rahmenprogramme lässt sich natürlich in den Parks von Weltruf besonders eindrucksvoll darstellen. So kann man für eine besondere Veranstaltung beispielsweise die Wasserspiele, die Teil des Welterbes sind, exklusiv buchen, was immer wieder Begeisterung hervorruft.

Fällt Ihnen abschließend noch etwas ein, das Kassel für Veranstalter von Kongressen interessant macht?

Kassel ist eine lebendige Universitätsstadt mit innovativen Forschungsinstituten wie zwei Fraunhofer-Instituten, die im Bereich dezentraler Energietechnik und Energieeffizienz tätig sind. Auch wichtige Unternehmen aus den Bereichen



Angelika Hüppe, Geschäftsführerin der Kassel Marketing GmbH

erneuerbare Energien und Mobilität haben sich in Kassel angesiedelt und bilden so eine lokale Branchenkompetenz, die Kassel zu einer Modellregion machen. Außerdem tragen sie maßgeblich zum anhaltend sehr guten Ranking Kassels in Bezug auf Wirtschaftsdynamik bei. ■

ANZEIGE

Locations aus ökologischem Anbau



verbunden mit der Formulierung ambitionierter Leitlinien und Ziele. „Wir wollen unseren Kunden mehr grüne Produkte und Dienstleistungen anbieten, wie z.B. eine Tagungspauschale mit Bio-Catering oder ein Beleuchtungskonzept, das auf LED-Technologie basiert“, erläutert Anke Stopperich, Prokuristin des Unternehmens.

Nachhaltige Veranstaltungen – oder Green Meetings – sind

ein Trend. Voraussetzung dafür ist die gelebte Nachhaltigkeit der beteiligten Unternehmen. Bei den BESONDEREN ORTEN ist Nachhaltigkeit Programm: 100 Prozent Ökostrom, 100 Prozent Getränke aus biologischem Anbau, 100 Prozent Kaffeepausen in Bio-Qualität, Klimakompensation der CO₂-Emissionen und das Veranstaltungsticket der Bahn sind nur einige Fakten. Aber

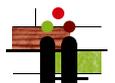
Um eine Veranstaltung nachhaltig zu gestalten, bedarf es vieler Faktoren und Akteure. Im Bereich der Locations zeigen die Berliner BESONDEREN ORTE wie es geht. Die vier Veranstaltungsorte der GmbH sind die ersten nach dem professionellen Umweltmanagementsystem EMAS zertifizierten Locations deutschlandweit. Der Aufbau einer glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstrategie ist

auch bei den internen Prozessen ist das Unternehmen vorbildlich: So formulieren am Anfang jeden Jahres Mitarbeiter und Geschäftsführung gemeinsam die Unternehmensziele.

Durch die konsequent nachhaltige Ausrichtung ist bei den BESONDEREN ORTEN jede Veranstaltung ein Green Meeting und das bereits seit 2002.

Kontakt

BESONDERE ORTE



**BESONDERE ORTE
UMWELTFORUM BERLIN GMBH**

Pufendorfstraße 11
D-10249 Berlin
Telefon +49 (0)30 / 52 68 02 10
info@besondere-orte.com
www.besondere-orte.com

WILHELMSHÖHER TOR
BIOHOTEL KASSEL
Heinrich-Schütz-Allee 24
Fon +49 561 / 9389 - 0
GUTEN MORGEN BIO
www.wilhelmshoehortor.de

☎ 038792-5078-300

Burg Lenzen/Elbe

Biohotel & Besucherzentrum

40 Zimmer in Burghotel & Historischer Burgschule
Café-Terrassen mit Blick in den romantischen Burgpark
Veranstaltungsräume für bis zu 90 Personen
Besucherzentrum mit Elbe-Ausstellung

N&U GmbH, Burgstr. 3, 19309 Lenzen
burghotel@burg-lenzen.de
www.burghotel-lenzen.de

Wir empfehlen nur, was uns nachhaltig beeindruckt.

Über 100 Hotels

Certified Green Hotel

www.certified.de

Wofür dieses Logo steht:

BIO HOTELS
Tagung

Nachhaltige Tagungserlebnisse - frischer Wind für Ihr Seminar

- 16 BIO Tagungshotels
- Hotelvermittlung & Beratung
- Grüne Rahmenprogramme

Tagungsbüro: tagung@biohotels.info

www.biohotels.info/tagung

Dienstleister-Datenbank für nachhaltige Veranstaltungen: greenmeeting20.de

Checkliste für green Meetings: green-score-card.de

greenmeeting2.0
Die nachhaltige Dienstleisterdatenbank

Pepp für's Hirn!

COVER ESSEN **FOOD at WORK**®
Cover denken

Nachhaltig Tagen - Nachhaltig Essen

Konzeptentwicklung Tagungsplanung
Umsetzung mit Tagungshaus Vorträge
Begleitung der Tagung Caterersuche
Angebotseinholung Kommunikation Workshops

www.FOODatWORK.de

GUT SONNENHAUSEN
NACHHALTIG TAGEN UND FEIERN

35KM SÜDÖSTLICH VON MÜNCHEN
www.SONNENHAUSEN.DE

„Wohlfühl-Tagen“

im Creativhotel Luise



Creativhotel Luise bietet Raum für klimaneutrale Tagungen und Übernachtungen und hält Businessgäste fit und aktiv mit den Annehmlichkeiten des klimafreundlichen und grünsten Familienhotels in Franken.

Wer im Creativhotel Luise in der Innenstadt von Erlangen übernachtet, kann komfortabel, „creativ“ und umweltfreundlich entspannen: Im klimaneutral zertifizierten Stadthotel wird das Flair eines Familienunternehmens mit modernster Ausstattung und herzlichem Service geboten. Der Tag beginnt mit einem leckeren Bio-Vitalfrühstücksbuffet und klingt in der WellnessOase Lunyu bei Sauna und Massagen entspannt aus. Für Sportliche steht ein Fitnessraum bereit und für Jogger gibt es Laufstrecken direkt vom Hotel ins Grüne. In den 95 Hotelzimmern steht der Schlafkomfort an erster Stelle, da uns der gute Schlaf der Gäste am Herzen liegt. Unser Tagungsraum mit vollständiger Tagungstechnik kann für Meetings bis 12 Personen mit einer Green-Meeting-Pauschale gebucht werden. Das

Erlanger Naturhotel in der Stadt gehört zu den umweltfreundlichsten Hotels in Deutschland und ist das erste klimaneutrale Hotel in Franken. Das Creativhotel Luise gehört mit der Energieeffizienzklasse A zu den drei umweltfreundlichsten Hotels in Deutschland. Neben Green Meetings für Business gibt es auch Arrangements für Freizeit, Erholung und Wellness.

Das Arrangement „Bio mit Genuss“ wird im Online-Gewinnspiel verlost oder kann gebucht werden unter www.hotel-luise.de

Machen Sie mit und sichern Sie sich im Juli 2014 auf www.forum-csr.net den Urlaubsgutschein „Feng Shui und Wellness“.

www.hotel-luise.de

**CREATIVHOTEL
LUISE** wellnessoase lunyu

NACHHALTIGKEIT MIT BRIEF UND SIEGEL

Das darmstadtium ist das erste Kongresszentrum in Deutschland, das ein DGNB Zertifikat erhalten hat. Als klimafreundlicher Tagungsort ist das darmstadtium damit erste Wahl: Ob nachhaltiges Baukonzept, Ökostromtankstelle, Corporate Social Responsibility oder, oder... Green Meetings liegen im Trend. Sie zeigen Verantwortung und Bewusstsein von Anbietern und Unternehmen für Umwelt und Zukunft.

Das darmstadtium ist auf 18.000 Quadratmetern der Treffpunkt für Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur. Mit seinem multifunktionalen Raumangebot – 21 Konferenzräume, eine Lounge für besondere Anlässe, ein Kongresssaal ferrum für 390 Personen (ab Ende 2014) sowie einem dreifach teilbaren großen Saal spectrum mit bis zu 1.677 Sitzplätzen – mit lichtdurchfluteten Foyerflächen und einer IT-Infrastruktur, die Ihres gleichen sucht, erfüllt das darmstadtium alle Wünsche an eine Top-Veranstaltungsllocation.

Tagen Sie klimafreundlich!



Ihr direkter Kontakt:
Sigrid Hertweck
Tel. +49 (0) 6151 7806-114
sigrid.hertweck@darmstadtium.de


darmstadtium
wissenschaft | kongresse

www.darmstadtium.de



Die Glut unter der Asche schüren

VIELE ORGANISATIONEN LEIDEN UNTER EINEM MANGEL AN LEBENDIGKEIT. DIE FOLGE: ERFOLGE BLEIBEN AUS, MITARBEITER WERDEN KRANK. DASS ES AUCH ANDERS GEHT, BEWEISEN MATTHIAS ZUR BONSEN UND JUTTA HERZOG. SEIT BALD 20 JAHREN BEGLEITET DAS BERATERGESPANN UNTERNEHMEN IN TRANSFORMATIONSPROZESSEN UND UNTERSTÜTZT SIE DARIN, BRACHLIEGENDE POTENZIALE ZU ENTFALTEN. EINE BESONDERE AUFMERKSAMKEIT WIDMEN SIE DABEI DER GESPRÄCHS- UND SITZUNGSKULTUR.

Text: **Christoph Quarch** | Fotos: **Sven Nieder**

Am Anfang stand ein Buch: »Führen mit Visionen«, geschrieben von einem gewissen Matthias zur Bonsen. »Es war eine Phase der Schweben«, erinnert sich Jutta Herzog über den Beginn ihrer Erfolgsgeschichte; eine Zeit, zu der die ehemalige Rundfunk-Journalistin nicht recht wusste, wie es weitergehen sollte. Da kam ihr das Erstlingswerk ihres späteren Geschäftspartners gerade recht. Ebenso wie der Workshop, den sie kurz darauf bei ihm buchte: »Er hat in dem Workshop selten gelächelt«, erzählt sie, »aber er hat geleuchtet, und das hat mich angezogen«. So fanden sie zusammen: die beiden Menschen, die mir gegenüber Platz genommen haben: Matthias zur Bonsen und Jutta Herzog – ein Dream-Team, wie es scheint; ein Gespann, das sich mit seinen visionären Ideen für die Ausgestaltung und Entwicklung lebendiger Unternehmenskulturen große Verdienste erworben hat. Der Workshop, den Jutta Herzog damals besuchte, galt der »Zukunftskonferenz« – einer Methode der Großgruppenarbeit, die dabei hilft, gemeinsame Perspektiven für Veränderungsprozesse zu entdecken und die dafür notwendige Energie frei zu setzen. »Für mich hatte da angewandte Liebe statt gefunden«, begründet sie ihre damalige Begeisterung, »und in mir entstand der Wunsch, Matthias zur Bonsen mit dieser Methode einmal nicht in einem Seminar, sondern bei der Arbeit zu erleben – in der Wirtschaft, in einem realen Unternehmen«.

Kongenielle Partner

Es sollte aber dauern, bis dieser Wunsch in Erfüllung ging. Zunächst schrieb Jutta Herzog eine Artikelserie über dasjenige, was Matthias zur Bonsen wie kein Zweiter in Deutschland vermittelte: zeitgemäße und avancierte Methoden für interaktive Großgruppen-Kommunikation in Unternehmen, Tools für eine transparente und dialogoffene Unternehmenskultur, Visionen für moderne Führung. Die Recherche brachte einige Gespräche zwischen der Journalistin und dem Berater mit sich – am Ende stand dessen Einladung, sie möge ihn bei einer Moderation begleiten. Der Anfang einer wunderbaren Freundschaft.

»Es ging bei diesem Auftrag um die Fusion zweier Software-Unternehmen«, schaltet sich Matthias zur Bonsen ein. Ein schwieriger Prozess sei das gewesen, bei dem sich die Mitarbeiter des einen Unternehmens in Raum A und die des anderen in Raum B versammelten, bevor sie anschließend im selben Raum miteinander ins Gespräch gebracht werden sollten. »Jutta moderierte die eine Gruppe, ich die andere«, erinnert er sich, »und ich hatte den Eindruck, ein Naturtalent an meiner Seite zu haben« – eine Intuition, die sich in der Folgezeit bestätigen sollte: »Wir sind kongenielle Partner, die sich perfekt ergänzen«.

»Wie funktioniert dieses Gespann?«, möchte ich wissen. Die Antwort kommt sofort: »Meine Begabung sind das Schreiben, das Präsentieren und das Erzählen von Geschichten«, erklärt Matthias zur Bonsen. Ihm liege der Auftritt nach außen, weshalb er in der Öffentlichkeit bekannter sei. Jutta Herzog hingegen habe ihre Stärke in der Wahrnehmung nach

Leading with Life

Seit 2011 bieten Matthias zur Bonsen und Jutta Herzog zusammen mit ihrer Kooperationspartnerin Myriam Mathys einen besonderen Erfahrungsraum für Männer und Frauen in Spitzenpositionen, die mit und voneinander lernen und sich gegenseitig inspirieren wollen. Herzstück des Projektes ist eine Leading with Life-Week, die einmal pro Jahr an dem oberitalienischen Lago d’Iseo stattfindet. In diesen fünf Tagen geht es um die Erfahrung, dass es wirklich möglich ist, »inspirierte Lebenskraft freizulegen – im Unternehmen und in sich selbst«. In der Ausschreibung heißt es ferner: »Die Leading with Life-Week führt durch eine Sequenz sorgfältig orchestrierter, tiefgreifender und bereichernder Erfahrungen, die wirkungsstarke Erkenntnisse ermöglichen«. Weitere Infos bei: www.leadingwithlife.com

innen. Wie niemand sonst fühle und spüre sie, was in einer Gruppe geschieht. Vor allem habe sie die Gabe, »spontan Impulse aufzunehmen und weiterzuführen«. Das und noch anderes zusammen genommen ergibt anscheinend den Mix, der für eine erfolgreiche Arbeit mit Organisationen notwendig ist. »Zusammen sind wir ein Ganzes, das mehr ist als die Summe seiner Teile – ein echtes Wir«, bringt zur Bonsen das Geheimnis des Gespannes auf den Punkt.

Haltung des Dienens

Das sei aber noch nicht alles, betont Jutta Herzog. Die innere Haltung sei das Entscheidende – und dies sei eine »Haltung des Dienens«. »Anders als in der Beratung halten wir uns in der Moderation selbst sehr zurück«, erklärt sie und erzählt von einem ungewöhnlichen Meeting, das die beiden für die obersten 150 Führungskräfte eines großen deutschen Konzerns gestalten durften. Sie seien an einer bestimmten Stelle gerade als »Mikro-Träger« im Raum unterwegs gewesen, hätten aber durch das feine Gespür von Jutta Herzog dem Gespräch an einem dramatischen Punkt eingreifen und die entscheidende Wende geben können. Das sei nur möglich gewesen, weil sie beide offen genug waren, von ihrem Konzept abzuweichen und dem Prozess zu dienen.

Der Mut und die Intuition, die es dafür braucht, sind niemandem in die Wiege gelegt. Wie sehr sie das Produkt eines langen und verschlungenen Bildungs- und Entwicklungsweges sind, wird mir deutlich, da Matthias zur Bonsen ausholt, um seine Geschichte zu erzählen. Sie beginnt im Jahre 1985, als der junge Berater seine ersten Erfahrungen in Unternehmen sammelte. Damals sei der Wunsch in ihm entstanden, für Organisationen und Unternehmen Methoden zu entwickeln, die deren inneres Wachstum unterstützen könnten: die Entfaltung ihres Potenzials und die Freisetzung ihrer Energie in Richtung gemeinsamer Ziele.

Die Vision der Lebendigkeit

»Das war die Vision, die mich fortan begeistert hat«, sagt er. Und da ist es nun: das Leuchten, von dem seine Partnerin gesprochen hat. Man spürt gleichsam, mit welcher Kraft diese Vision in ihm mächtig ist. Hier scheint das Energiezentrum meines Gegenübers zu pulsieren. Der Eindruck vertieft sich,

da er fortfährt: »Mir ging es um ein intensiveres Gefühl von Gemeinschaft in Unternehmen – um ein Mehr an authentischer, von innen kommender Lebendigkeit«.

Lebendigkeit – das Wort schwingt im Raume nach. Ich spüre, dass es für beide einen hohen Stellenwert hat. »Was verstehen Sie unter Lebendigkeit?«, möchte ich deshalb wissen. »Raum geben für die Quelle der Inspiration«, antwortet Jutta Herzog postwendend. Und zur Bonsen variiert das Motiv: »Lebendigkeit ereignet sich«, sagt er, »wenn Menschen mit ihrem inneren Impuls im Kontakt sind«. Und er erläutert: »Wenn Sie mit anderen im Gespräch sind, glückt dieses Gespräch in dem Maße, in dem es Ihnen gelingt, das, was durch Sie zu Wort kommen will, tatsächlich auszusprechen. Dann wird es lebendig.«

Dafür aber brauche es bestimmte Rahmenbedingungen und Voraussetzungen. Diese zu erforschen wurde zu seinem Lebensprojekt. Seine Suche vollzog sich in Etappen. Deren erste habe dem Thema »Vision« gegolten. Damals begann er, mit

»Lebendigkeit ereignet sich, wenn Menschen mit ihrem inneren Impuls im Kontakt sind.«

Führungsteams an deren Visionen zu arbeiten. Nachdem er sich 1992 selbstständig gemacht hatte, sei dann in ihm der

Wunsch entstanden, seine Erfahrungen und Erkenntnisse zu verschriftlichen. So entstand das Buch »Führen mit Visionen«, das die erste Epoche seiner beruflichen Lebensreise abschloss; und das kurz darauf Jutta Herzog in die Hände fiel.

Bei den Pionieren in Amerika

Nun war der Weg frei für die zweite Etappe seiner Suchbewegung. In den USA hatte er innovative Moderationsmethoden entdeckt, die es möglich machten, mit einer großen Zahl von Menschen kreative und konstruktive Gespräche zu führen und sie für Veränderung zu aktivieren. Da diese Instrumente in Deutschland noch nahezu unbekannt waren, schickte er sich an, sie durch Vorträge, Veröffentlichungen, Beratungsprojekte und später auch Ausbildungen hierzulande bekannt zu machen. In großem Maße ist es ihm zu verdanken, dass Konferenzformen wie »Open Space«, »Appreciative Inquiry« und »Real Time Strategic Change« heute weit verbreitet



sind. Nicht zufällig hatte mich ein Kollege, dem ich von diesem Termin erzählte, gefragt: »Zur Bensen – das ist doch der Großgruppenpapst, oder?«

Genau das will er aber nicht sein. Auch wenn er rückblickend dafür dankbar ist, dass der von ihm ausgelöste Großgruppen-Boom der gemeinsamen Firma »all in one spirit« zu einiger Bekanntheit verhalf. Doch ahnte er, dass er seine Vision aus den Augen zu verlieren drohte – und dass es an der Zeit für einen weiteren Neubeginn sein könne. Gemeinsam mit Jutta Herzog sei ihm klar gewesen, dass Großgruppenprozesse allein nicht ausreichen: »Wenn Organisationen sich wirklich transformieren wollen, dann müssen sie alle Meetings ändern«. Diese Erkenntnis führte dazu, dass beide sich auch neuen, wegweisenden Methoden für das Arbeiten mit kleinen und mittleren Gruppen zuwandten.

Versammeln – mit Sammlung

»Wir alle«, sagt zur Bensen, »wissen, dass Menschen sich entwickeln, indem sie sich Räume und Zeiten schaffen, wo sie entspannter und fokussierter als sonst sind: Die einen gehen spazieren, andere machen Yoga, wieder andere meditieren. Was aber ist das Äquivalent dafür in Organisationen?« Die

Antwort, die Herzog und zur Bensen darauf gefunden haben, lautet: »Es sind die Orte und Zeiten, bei denen Menschen sich begegnen. Was für den einzelnen die Sammlung, ist für die Organisation die Versammlung – bloß dass bei der großen Mehrheit der Versammlungen in Organisationen bislang jede Form der Sammlung fehlt«. Solche Formen zu finden: Das ist das Anliegen, das beide seither beschäftigt.

Leiten lassen sie sich dabei von der Grundüberzeugung, dass Organisationen wie Lebewesen sind, die ihre eigenen Rhythmen haben. Diese zu kennen und zu erkennen sei wichtig. Denn es sei ganz natürlich, dass sich Phasen der Anspannung und Phasen der Entspannung ablösen. Nur dass letztere meist zu kurz kommen. Eben da müsse ein Umdenken ansetzen. Zur Bensen formuliert das so: »Organisationen müssen lernen, alle Orte der Begegnung – also Meetings, Workshops, Konferenzen und Rituale wie beispielsweise Feste – so zu gestalten, dass sich das Leben Bahn brechen kann – dass Lebendigkeit darin freigesetzt und auf gemeinsame Ziele ausgerichtet wird.«

Um Unternehmen dabei zu unterstützen, machten er und Jutta Herzog sich nunmehr auf die Suche nach effektiven Moderationstools für kleinere Einheiten: Dynamic Facilitation,



CIRCLE und andere Methoden ergänzen seither den Werkzeugkasten der beiden, vermöge dessen sie das »soziale Betriebssystem« von Organisationen auf Vordermann bringen und gute Lösungen für akute Probleme erarbeiten. »Wenn wir in Unternehmen gehen, dann fragen wir immer auch, welche sachlichen, geschäftlichen Ziele erreicht werden sollen«, betont Jutta Herzog, »und dann finden wir Wege, diese auf eine Weise zu erreichen, die die vorhandenen Energien und Ideen freisetzen und nutzen, und eine lebendige und kräftigende Kultur fördern«.

Arbeit am sozialen Betriebssystem

Denn es ist beider Erfahrung, dass ökonomischer Erfolg nur dann nachhaltig ist, wenn er vom menschlichen Erfolg getragen ist; und dieser bemesse sich an dem Grad der in einer Organisation entfalteten Lebendigkeit. »Lebendigkeit ist der fundamentalste Erfolgsfaktor aller Unternehmen«, ist zur Bonsen überzeugt: »Denn diese Energie speist all die Faktoren, die wir so dringend brauchen: Flexibilität, Veränderungsfreude, Innovation«. »Wenn jedoch den Menschen der Mut fehlt, sich so zu zeigen, wie sie sind und auszudrücken, was sie denken und fühlen, dann sind das Symptome dafür, dass sich das Leben aus einem Unternehmen zurückgezogen hat«, ergänzt Herzog. »Oder man sieht es daran, dass alle wie verrückt arbeiten, dabei aber nie zur Besinnung kommen. Was häufig der Fall ist«, fügt ihr Kollege hinzu. Den bekümmert es in besonderem Maße, auf welche Weise die alltäglich gewordenen Telefon- und Webkonferenzen

abgehalten werden. »Die Leute sind dabei überhaupt nicht präsent«, hat er beobachtet, »die meisten stellen ihr Mikro auf »Mute« und bearbeiten nebenher ihre E-Mails.« Die Folge: Das gleiche Thema muss dreimal traktiert werden, alle Beteiligten sind genervt, Lust und Leichtigkeit ziehen sich immer mehr aus dem Arbeitsalltag zurück. »Eine ungeheure Ressourcenverschwendung, die irgendwann die Menschen krank macht«.

Dem Ungesagten Raum geben

Für die Wiederbelebung von Unternehmen sei es daher ein wichtiger erster Schritt, dem Ungesagten, dem Ungezeigten nachzuspüren: etwa dem Schmerz oder Angst der Beschäftigten angesichts ungewollter Veränderungen. Dem Raum zu geben, so Herzog, biete eine Chance, Lebendigkeit neu zu entfesseln. Denn nun sei es möglich, Quellen der Inspiration zu erschließen und Kreativität freizusetzen. Eben das seien die Signaturen einer lebendigen Unternehmenskultur. Dabei gehe es nicht darum, etwas zu machen, sondern etwas freizulegen, was eigentlich da ist, sich aber noch nicht zeigen kann – die Glut unter der Asche zu schüren, um das Feuer der Begeisterung neu zu entfachen. »Wenn wir in Unternehmen gehen, dann nicht als Macher, sondern als Ermöglicher«, bringt Jutta Herzog ihr Selbstverständnis auf die Formel.

»Wenn wir in Unternehmen gehen, dann nicht als Macher, sondern als Ermöglicher«

all in one spirit

Gemeinsam haben Jutta Herzog und Dr. Matthias zur Bonsen 1999 »all in one spirit« gegründet. Darin bündeln sie ihre vielfältigen Angebote für Unternehmen und Organisationen, die von Beratung bei Veränderungsvorhaben über die Gestaltung und Moderation von Meetings, Workshops und Großgruppenkonferenzen bis zu Inhouse- und externen Seminaren reichen. Matthias zur Bonsen studierte Betriebswirtschaftslehre in St. Gallen und Chicago, bevor er in den 1980er Jahren die Vision entdeckte, die ihn seither nicht mehr loslässt: Lebendigkeit und Energie in Unternehmen freisetzen und ausrichten, so dass herausragende Leistungen und Begeisterung bei den Beteiligten entstehen. Immer wieder suchte er dafür den Kontakt zu Pionieren aus den USA und Kanada, um wegweisende Methoden des Change-Managements und des Arbeitens mit großen, mittleren und kleinen Gruppen zu erlernen. Für die meisten dieser Methoden ist er der Wegbereiter im deutschsprachigen Raum. Im Laufe der Jahre hat er für knapp die Hälfte der 30 größten deutschen Unternehmen sowie für eine Reihe mittelständischer Unternehmen gearbeitet. Jutta Herzog arbeitete als Rundfunk-Journalistin, bevor sie Mitte der 1990er Jahre mit der Arbeit von Matthias zur Bonsen bekannt wurde. Ihr zentrales Anliegen ist es, Bewusstheit, Inspiration und Interesse an authentischer Gemeinschaft in Unternehmen / Organisationen und in den in ihnen arbeitenden Menschen wachsen zu lassen. www.all-in-one-spirit.de

Das setzt ein gehöriges Vertrauen voraus: das Vertrauen in die kollektive Intelligenz einer Organisation, die durch eine gute Unternehmenskultur nicht nur »angezapft«, sondern auch genährt werden kann. »Woher nehmen Sie dieses Vertrauen?«, frage ich. »Es ist einfach da«, lautet zur Bonsens Antwort. Und das sei gut so. »Es macht die Arbeit leichter, wenn ich weiß, dass die Lösung eines Problems bereits vorhanden ist und dass ich nichts und niemanden bedrängen muss, weil sie sich früher oder später von selbst zeigen wird«, verrät er seine Erfahrung. Deshalb arbeite er vorzugsweise mit solchen Methoden und Werkzeugen, die radikal in die selbstorganisierende Kraft des Lebens vertrauen – die mehr dazu angetan sind, etwas geschehen zu lassen als etwas zu forcieren, und dadurch am Ende zu Lösungen kommen, die von allen getragen werden und deren Umsetzung leicht wird.

Wie die Katze vor dem Sprung

»Die Stille ist uns wichtig«, ergänzt Jutta Herzog und bedient sich des Bildes einer Katze vor dem Sprung. Von ihr könne man lernen, dass eine erfolgreiche Vorwärtsbewegung einen Augenblick der Sammlung und Konzentration voraussetzt. Um solche Momente zu ermöglichen, bauen Herzog und zur Bonsen in die von ihnen begleiteten Prozesse immer wieder kurze Stille-Phasen ein; sogar da, wo sie mit Großgruppen arbeiten. »Oft sind die Menschen erst irritiert«, weiß Jutta Herzog, »aber dann genießen sie es. Sie trinken geradezu die Stille.« Ganz reibungslos geht es aber auch bei Herzog-zur Bonsen nicht zu. Dass ihnen in Unternehmen Widerstand begegnet, kennen sie durchaus. Meist liege das daran, dass die Menschen nicht genau wissen, was sie erwartet. Oder dass die Angst vor Veränderung verhindert, dass sie sich ihres Leidens wirklich bewusst werden. »Manchmal ist der Schmerz unter der Oberfläche groß, das System aber im Moment nicht imstande, an dieses Thema zu gehen. Dann kann es sein, dass man allerlei Konzepte vorfindet, die es den Menschen dort

schwer machen zu spüren, wie schlecht es ihnen eigentlich geht«. Deshalb sei es von großer Bedeutung, eine behutsame und einladende Sprache für das zu finden, was sie ihren Auftraggebern bieten können; und sie sorgsam dahin zu geleiten, Qualitäten wie Achtsamkeit und Wertschätzung auch im unternehmerischen Kontext nutzbar zu machen.

Notwendige Abschiede

Trotz gelegentlicher Widerstände nehmen beide einen zunehmenden Wandel in Organisationen wahr. So sei es längst nicht mehr exotisch, wenn auch in großen Unternehmen Meetings im Kreis abgehalten und neue Formen von Gesprächskultur erprobt werden. »Die Menschen merken, dass sie nicht länger so weitermachen können wie bisher«, erklärt zur Bonsen diese Entwicklung. Und man spürt, wie sehr er und seine Mitstreiterin dafür brennen, ihre Klienten bei diesen notwendigen Abschieden zu unterstützen.

Solche braucht es aber nicht nur in der Wirtschaft. Ob sie schon einmal darüber nachgedacht haben, ihr Wissen und ihre Erfahrung auch in die Sphäre des Politischen zu tragen, möchte ich abschließend von ihnen wissen und erhalte als Antwort zunächst einen Seufzer. »Wir brauchen eine weise Demokratie«, begründet zur Bonsen diese Reaktion, »aber dafür braucht es eine Kultur des Gesprächs, die es in unseren Parlamenten gar nicht gibt«. Deshalb wünsche er sich Gruppen außerhalb der Parlamente, die das politische Gespräch pflegen und kultivieren, um dann jenseits von Partei-Räson und Wahlkampfstrategien die Parlamentarier zu beraten – gerade bei schwierigen ethischen Themen wie aktive Sterbehilfe könne so etwas hilfreich sein.

»Würde es sie reizen, dafür zu gehen?«, frage ich ihn. »Ja«, lautet die Antwort. Die nächste Etappe auf seinem Weg scheint vorbereitet: Räume der Lebendigkeit für das Gemeinwesen öffnen – Jutta Herzog ist dabei: »Dieser Traum verbindet uns.« Die Reise des Dream-Teams geht in die nächste Runde. //

Projekte für den Wandel

DI E WIR-COMMUNITY WÄCHST UND IMMER MEHR AKTIVITÄTEN TRAGEN DEN GEIST DES WIR IN DIE WELT. IN DER RUBRIK »UNTER UNS« STELLEN WIR IHNEN MENSCHEN UND PROJEKTE VOR, DIE SICH ZU VORREITERN DES WANDELS MACHEN.

Ernten, was man sät:

Schulprojekt zum Thema Bewusster Umgang mit Lebensmitteln

In einem Schulprojekt »ABC- Lebensmittel-Wertschätzung« will der Küchenmeister und Gründer der Organisation FoodFighters Michael Schieferstein den Kleinen und Kleinsten den bewussten und nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln beibringen. Letztes Jahr ist aus der Theorie endlich Praxis geworden - und das Schulprojekt an der Goethe-Grundschule in Mainz für das Schuljahr 2013/14 angelaufen.

»Nur über die frühzeitige Vermittlung von Wissen über die Wichtigkeit vom richtigen Umgang mit Bio-Lebensmitteln und den Wert einer gesunden Ernährung kann ein nachhaltiges Umdenken im Verbraucherverhalten, gerade bei unseren Kleinsten, erreicht werden«, schreibt er auf seiner Homepage.

Lebensmittelverschwendung in europäischen Ländern ist gravierend. So landet jedes Jahr von vierzigtausend geschlachteten Schweinen rund die Hälfte wieder auf dem Müll, berichtet Schieferstein.

Das Ziel dieses Schulprojektes ist es, eine »neue Generation von Konsumenten zu erziehen« und »um das Thema Lebensmittelverschwendung an der Wurzel zu packen.« (Julia Herz-el Hanbli)

www.foodfighters.biz



Nachhaltigkeit studieren:

Seminar Fundamentale Sustainability an der Universität Erfurt

Ressourcen für zukünftige Generationen erhalten und menschenwürdige und umweltverträgliche Lebensverhältnisse für die Nachfolgenerationen schaffen: In der Öffentlichkeit sind diese Themen in aller Munde, im Universitätsalltag und in den Lehrveranstaltungen nehmen sie allerdings noch immer zu wenig Platz ein. Die Universität Erfurt gehört zu den Ausnahmen: Mit dem Studium »Fundamentale Sustainability« bietet sie interessierten Studierenden ein interdisziplinäres Seminar zum Thema Nachhaltigkeit an. Das innovative daran: Die Studierenden konzipieren und organisieren die Projekte selbst. Ob die Konzeption eines veganen Stadtführers oder Bildungsbausteine zum Thema »Regenerative Energien« an Schulen - stets liegt der Fokus am gemeinschaftlichen Nutzen der Projekte. Den Grundstein für das mittlerweile mehrfach preisgekrönte Seminar legte bereits 2007 eine studentische Initiative. »Uns ärgerte es, dass solch wichtige Themen wie Nachhaltigkeit oder globale Herausforderungen keinen Platz im Universitätsalltag hatten«, erzählt Mandy Singer-Brodowski, ehemalige Mit-Initiatorin über die Entstehungsgründe. »Das wollten wir ändern.« Mittlerweile werden viele Projekte zusammen mit außeruniversitären Praxispartner_innen realisiert. (Julia Herz-el Hanbli)

www.uni-erfurt.de/nachhaltigkeit/studium-fundamentale-sustainability

Gelebte Utopie:

Der Mitmachkongress »utopival«

Vom 8.-12. September 2014 findet in Wiesbaden »utopival«, ein experimenteller Mitmachkongress statt. In theoretischen und praktischen Workshops ge-

hen die Teilnehmer der Frage nach: »Wie stellen wir uns eine Gesellschaft von morgen vor?«. Solidarisch, pazifistisch, ökologisch und geldfrei soll sie sein. Und so auch das »utopival«. Dahinter stecken Pia Damm und Tobi Rosswog. Bereits im September 2013 riefen die beiden »living utopia« ins Leben, ein Projekt- und Aktionsnetzwerk, in dem sie Workshops und Vorträge zum geldfreien Leben und solidarischem Miteinander halten oder Kleidertauschparties und vegane Mitmach-Brunches veranstalten.

Auch das »utopival« bietet Raum für Diskussionen zu den Themen Wirtschaft, Bildung, Ernährung oder Soziales Miteinander von morgen. Neben Vorträgen wie »Bildung ohne Schule?«, »Foodsharing« oder »Permakultur« soll ein buntes Rahmenprogramm - gemeinsame Kochaktionen, ein DIY-Zelt sowie eine offene Bühne - Raum für kreatives und solidarisches Miteinander schaffen.

»Uns erreichen Stimmen von großartigen Denker_innen unserer Zeit, wie etwa der Postwachstumsökonom Dr. Niko Paech oder Silke Helfrich, die das »utopival« und die Idee »living utopias« großartig finden«, erzählt die Organisatorin Pia stolz. Dass das »utopival« den Nerv der Zeit trifft und auf Interesse stößt, das bekommt das Utopival-Team täglich zu spüren: »Trotz des Anmeldestopps für die Workshops«, berichtet Tobi »reißt die Anmeldewelle nicht ab.« (Julia Herz-el Hanbli)

www.utopival.org



Foto: Julia Herz-el Hanbli

Wo Geist und Style sich treffen



sitz der Deutschen Klassik, ihre »Festspiele des Denkens«. Und sie haben ein passendes Thema dafür ausgesucht: »Heil Sein«.

»Nichts braucht unsere Zeit so sehr, als wieder heil zu werden. Ganz zu werden«, heißt es in dem aufwendig gestalteten Booklet, mit dem das Münchener Initiatoren-Quintett Michael und Daniela Sandvoss, Ulrich Bauhofer, Udo Landow und Christoph Santner zum diesjährigen Visions-Festival vom 2. bis 5. Oktober 2014 nach Weimar einladen.

Angesichts einer zunehmend erschöpften Gesellschaft, deren Menschen zwischen Burn-Out und Bore-Out schlingern, angesichts ökonomischer und ökologischer Krisen und wachsender Krankenstände in deutschen Unternehmen dürfte ihre Diagnose kaum zu bezweifeln sein. In solch einer Situation den Geist von Weimar zu beschwören und sich in den Dunstkreis Goethes zu begeben, ist ein verheißungsvolles Projekt.

Zumal die Weimarer Festspiele des Denkens schon in der vergangenen Jahren gezeigt haben, was in ihnen steckt. Es ist nicht übertrieben, wenn man sagt, dass sich hier seit 2006 ein echtes Kleinod deutschen Geistesleben entwickelt hat. Denn fern aller feuilletonistisch-intellektuellen Kulturbeflissenheit wird in Weimar eine beinahe schon verloren geglaubte Qualität lebendig: der Glauben an das Wahre, Gute und Schöne – die Begeisterung für Ideen und der Mut zu unkonventionellen Visionen. Kunst und Philosophie, wissenschaftliche und politische Perspektiven; hier fließen Gedanken und Inspirationen zusammen, die sonst wenig Berührungspunkte haben. Das macht diesen besonderen Zauber der Festspiele des Denkens aus, dem Jahr für Jahr rund 100 Teilnehmer bereitwillig erliegen und dafür auch den stolzen Tagungsbeitrag von gut 1300 Euro nicht scheuen. Nach den Erfahrungen der letzten Jahre, bei denen es um Themen wie Freiheit, Sinn und Liebe ging, darf man sagen: eine lohnende Investition. Denn so stilvoll – um nicht zu sagen stylish – wie bei den Weimarer »Festspielen des Denkens« bekommt man einen guten Geist selten aufgetischt.

Daran hätte wohl auch der alte Goethe seine Freude gehabt. Nicht nur, weil er ein Freund geistvoller Geselligkeit war, sondern vor allem, weil er um die visionäre Kraft des Denkens wusste. Notierte er doch einmal: »Sobald der Geist auf ein Ziel gerichtet ist, kommt ihm vieles entgegen.« //

ZUM NEUNTEN MAL GEHEN IM OKTOBER DIE »WEIMARER VISIONEN« AN DEN START. BEI DEN DIESJÄHRIGEN »FESTSPIELEN DES DENKENS« DARF MAN SICH AUF EINEN BUNTEN STRAUSS VON INSPIRATIONEN ZUM THEMA »HEIL SEIN« FREUEN.

Text: **Christoph Quarch** | Fotos: **Michael Tinnefeld**

Weimar ist anders. Nicht, dass die Zeit hier stehen geblieben wäre, aber sie scheint doch langsamer zu vergehen und wirkt dabei doch dichter und komprimierter, intensiver und leichter; ganz so, als schwingte noch etwas nach von der großen Zeit – als wandle noch immer der Geist des alten Goethe durch die verträumten Gassen zwischen Frauenplan und Ilmpark, im Gentzschens Treppenhaus des Schlosses oder rund um das malerische Wittumspalais. Ja, es ist ein guter Geist. Ein Geist, der beflügelt.

»Jetzt muss der Geist von Weimar, der Geist der großen Philosophen und Dichter wieder unser Leben erfüllen«, soll der Reichspräsident Friedrich Ebert schon vor bald hundert Jahren gesagt haben. Das scheinen sich die Initiatoren der »Weimarer Visionen« zu Herzen genommen zu haben. Zum neunten Mal veranstalten sie in diesem Jahr hier, am Stamm-



BEIM 2. SPIRIT OF HUMANITY FORUM IN ISLAND BEGEISTERN SICH UNTERNEHMER, AKTIVISTEN UND WISSENSCHAFTLER GEMEINSAM FÜR DIE VISION EINER WIRTSCHAFT IM DIENSTE DER LEBENDIGKEIT

Text und Fotos: **Christoph Quarch**

Es geht auch anders. »Wir vertrauen den Menschen«, betont der Präsident und erklärt seinen Gästen, warum sie auf dem Weg zu ihm weder einen Stacheldraht noch einen Wachposten zu sehen bekommen haben, geschweige denn eine Sicherheitskontrolle über sich ergehen lassen mussten. Seit 15

Jahren ist Ólafur Ragnar Grímsson Staatsoberhaupt der Inselrepublik Island und steht seither für einen politischen Geist, der anders ist als das, was man aus anderen Hauptstädten kennt: einen Geist der Gastfreundschaft und Offenheit, der Kooperation und des Vertrauens, der Liebe und des Mitgefühls. Und eben deshalb sind sie da, die 230 Gäste aus über 40 Ländern, die Grímsson an diesem sonnigen nordischen Frühlingsabend zu sich gebeten hat. Sie haben den weiten Weg in die isländische Hauptstadt auf sich genommen, um drei Tage lang einen anderen, neuen, besseren Geist für Politik und Gesellschaft zu beschwören: »The Power of Love and Compassion in Governance« (Die Kraft von Liebe und Mitgefühl in der Führung) heißt das Thema des 2. Spirit of Humanity Forums vom 10.–12. April 2014, für das sie sich in Reykjavík versammelt haben.



Der Ort ist gut gewählt. Nicht nur, weil Island für Europäer und Nordamerikaner gleichermaßen gut erreichbar ist; nicht nur, weil das Land – obwohl von der Wirtschaftskrise 2008 stark gebeutelt – eine offene politische und soziale Kultur praktiziert, sondern vor allem, weil hier eine besondere Sensibilität für die Abhängigkeit des Menschen von seiner natürlichen Umwelt lebendig ist. Wer auf einer Vulkaninsel lebt weiß, wie wenig der Mensch mit all seiner Technik gegen die Naturgewalten ausrichten kann – und welche Gefahr ihm droht, wenn die Natur aus dem Gleichgewicht gerät; so wie heute, am Anfang des 21. Jahrhunderts.

Den Kompass zurücksetzen

»The Spirit of Nature is dying«, warnt deshalb Jón Gnarr, Bürgermeister der Stadt Reykjavík, bei seinem Grußwort – und

lässt keinen Zweifel daran, dass der »Spirit of Humanity«, in dessen Namen man sich hier versammelt ist, nicht minder bedroht ist. »Wir sind Teil der Natur«, erinnert er seine Zuhörer, »und es liegt an uns, den Geist der Harmonie und Empathie neu zur Geltung zu bringen, um den Herausforderungen der Zukunft gewachsen zu sein«. Den Kompass müsse man zurücksetzen, um eine neue »Landschaft der Möglichkeiten« zu erschließen. Womit er genau getroffen hat, worum es dem Spirit of Humanity Forum seit seiner Gründung im September 2012 geht (s. Kasten).

»Das Forum gehört den Teilnehmern, es ist nicht ein Event wie alle anderen«, erklärt David Cadman, einer der Gründer des Forums, das Konzept der Veranstaltung. Eine »Gemeinschaft von Handelnden« wolle man stiften, ein »Netzwerk der Netzwerke knüpfen«, einen Gegenpol zum Weltwirtschaftsforum in Davos etablieren, um sich wechselseitig zu inspirieren und zu ermutigen: »Listen and learn« (Zuhören und lernen), darauf komme es an, um im offenen Austausch von Unternehmern und Aktivisten, Wissenschaftlern und spirituellen Vordenkern, Politikern und Künstlern neue Handlungsperspektiven zu erschließen.

Ermutigung zum Handeln

Dass diesem Ansinnen in Reykjavik Erfolg beschieden war, dürfte außer Frage stehen. Als zum Ende der Veranstaltung die Teilnehmer per elektronischer Abstimmung befragt wurden, was sie vom Spirit of Humanity Forum 2014 mit nach Hause nehmen, lauteten die meist gegebenen Antworten: »Ermutigung zum Handeln« und »wichtige neue Bekanntschaften« – sicherlich eine Frucht der avancierten Kongress-Dramaturgie, die viel Raum für Gesprächskreise und bilateralen Austausch ließ und so jedem Anwesenden das Gefühl gab, nicht nur Konsument, sondern in erster Linie Mitwirkender zu sein.

Ganz ohne Keynote-Speaker kommt aber selbst das Spirit of Humanity Forum nicht aus. Und das ist gut so, denn was von der Bühne aus kund getan wurde, verdiente durchaus die ungeteilte Aufmerksamkeit des Plenums – selbst wenn es sich dabei um verlesene Botschaften von Rednern handelte, die nicht vor Ort sein konnten – etwa vom ehemaligen Generaldirektor der UNESCO Federico Mayor, der betonte, wie notwendig es für die Weltgemeinschaft sei, sich ihrer essentiellen Werte zu erinnern und ihrer gemäß zu handeln. Oder von Prinz Charles, der die Relevanz des Tagungsthemas unterstrich: »Worte wie ›Liebe‹ und ›Mitgefühl‹ werden gerne als ›weiche Begriffe‹ verspottet, dabei ist nichts schwieriger und härter, als sie zu verwirklichen«, mahnte er und warnte zugleich vor dem, was er gegenwärtig als »größte Gefahr von allen« wahrnimmt: der »Weigerung, die menschlichen Werte zu umarmen«.

Doch wie soll das gehen? Wie können Werte – oder besser: Tugenden – wie Liebe und Mitgefühl in einem ökonomischen, politischen und sozialen Klima gedeihen, das von Gier und Geiz, Konkurrenz und Kampf beherrscht ist? Wie lässt sich das »Eis in den Herzen der Menschen schmelzen«, so dass

Das Spirit of Humanity Forum

... wurde erstmals im September 2012 in der isländischen Hauptstadt Reykjavík veranstaltet. Es verdankt sich der Idee des ehemaligen schwedischen Diplomaten Ragnar Ångeby, der beobachtet hatte, dass dauerhafte Konfliktlösungen erst dann möglich werden, wenn die Opponenten sich mit ihrem eigenen inneren Frieden und Mitgefühl verbinden – mit dem Menschlichkeit, die aus dem bewussten Augenblick entsteht, wenn Zorn und Schmerz über die Vergangenheit ebenso wie die Angst vor der Zukunft zeitweilig ausgeblendet sind. Vor diesem Hintergrund sah Ångeby die Notwendigkeit, all diejenigen zusammenzubringen, die an neuen Formen der Konfliktlösung, Regierung und Führung interessiert sind und einen Ort der wechselseitigen Unterstützung und Potenzialentfaltung zu etablieren.

Die Idee wurde vom europäischen Zweig der Brahma Kumaris aufgegriffen, einer Organisation, die ein globales Netzwerk von Zentren unterhält, in denen spirituellen Techniken gelehrt und praktiziert werden. Dabei entstand die Idee, ein Forum zu schaffen, das die Ausrichtung an menschlichen Werten unterstützen und deren Anwendung in unterschiedlichen Bereichen des Lebens beflügeln sollte: Bildung, Gesundheit, Regierung, Wirtschaft, Finanzen. Verschiedene Organisationen konnten als Partner dafür gewonnen werden, darunter die Education 4 Peace Foundation (Schweiz), die Foundation for a Culture of Peace (Spanien), die World Servers Foundation (Ungarn/Schweiz) und die Guerrand-Hermès Foundation for Peace (Großbritannien). Der Bürgermeister ebenso wie der Stadtrat von Reykjavík beschlossen, das Projekt zu unterstützen, indem sie es im September 2012 erstmals in der isländischen Hauptstadt beherbergten.

sie ihr Wissen und ihre Technik in den Dienst des Lebens stellen, wie es der aus Grönland herübergekommene Eskimo-Älteste Angaangaq formulierte?

Leidenschaft für die Erde

An Vorschlägen und Ideen fehlt es nicht: Ruud Lubbers, der ehemalige niederländische Premierminister, erinnerte an die von ihm mitverantwortete Earth Charta, die Unternehmen und Regierungen gemeinsam in die Pflicht nimmt, um den Herausforderungen der Zukunft konstruktiv zu begegnen. Social Corporate Responsibility sei immer noch das Gebot der Stunde, auch wenn er inzwischen eine gewisse »Nachhaltigkeits-Ermüdung« wahrnehme. Polly Higgins, Vorsitzende der »Eradicating Ecocide Global Initiative« aus Großbritannien, dringt deshalb auf eine Verrechtlichung der Beziehung vom Menschen zu seiner Erde: Der »Ökozid« müsse durch Erd-Rechte verhindert, eine gesetzliche Verpflichtung zum Schutz der Erde etabliert werden.

Fürsorge und Mitgefühl für die Erde – neue Werte für die Zukunft? Vielleicht. Doch Mitgefühl allein wird nicht genügen. Daran erinnerte mit Verve der argentinische Unternehmer Pedro Tarak. Nicht compassion, sondern passion – brennende Leidenschaft und Hingabe – seien für unsere Beziehung zur Erde erforderlich. Ganz in dieselbe Kerbe schlägt Stewart Wallis von der Londoner New Economics Foundation, wenn er als zentrale Forderung für die Zukunft der Menschheit formulierte, es brauche eine neue Geschichte, einen neuen Mythos und eine neue Sprache, um das herrschende, verhängnisvolle Paradigma des Neoliberalismus von Sockel zu stoßen.

Ein neuer Mythos

»Es ist durchaus möglich, eine Wirtschaft im Dienste der Lebendigkeit zu haben«, ermutigte er seine Zuhörer: »eine

Wirtschaft des Blühens« (Economy of Flourishing), bei der die Märkte und Unternehmen nicht länger Herren über die Menschheit, sondern Diener der Lebens sein würden – ein Motiv, das von dem Ökonom Chris Laszlo aufgegriffen und weiterentwickelt wurde, indem er für den neuen ökonomischen Mythos der Zukunft die Idee entwickelte, dessen Kernziel oder –wert dürfe nicht einfach nur »Nachhaltigkeit« sein, sondern nicht mehr und nicht weniger als »das Blühen des Lebens«: eine »vollentblühte Welt«, um es mit den Worten Friedrich Hölderlins zu sagen.

Darüber, dass dies leichter gesagt als getan ist, täuschte sich in Reykjavík niemand. Doch ebenso wenig darüber, wie wichtig es ist, eine gemeinsame Vision zu entdecken, der zu folgen einen jeden Menschen beflügeln und begeistern kann – eine schöne Vision, die unsere Leidenschaft und Liebe weckt, der zu dienen Lust macht und Kreativität entfesselt. »Love and Compassion in Governance«, so wurde im Verlauf der zahlreichen Diskurse des Spirit of Humanity Forum immer deutlicher, meint viel mehr als eine bloße Kultur der Wertschätzung, Solidarität und Anerkennung – es meint eine Kultur der Leidenschaft und Passion, eine erotische Kultur, die ein Feuer in den Herzen der Menschen entfacht und ihnen so die Energie bereitstellt, die sie brauchen werden, um ihrer Vision zu folgen: der Vision eines blühenden Lebens.

Leuchtende Augen und pochende Herzen

Illusionäre Träumereien? Pure Romantik? – Und wenn schon! Der vermeintliche Realismus des Homo Oeconomicus hat uns beileibe keine blühenden Landschaften beschert, sondern wachsende Wüsten und vergiftete Meere. Sein zynisches Menschenbild, das Konkurrenzdenken und Gier heilig zu sprechen unternahm, hat bei Lichte besehen den Spirit of Humanity geradewegs verraten, statt ihm zu dienen. Diesem



alten Mythos zu entsagen ist das Gebot der Stunde. Und es scheint nicht der schlechteste Ansatz zu sein, wenn die 230 Teilnehmer des Spirit of Humanity Forum darin übereinkamen, dies könne und müsse durch eine neue »Story«, einen neuen Mythos vorbereitet werden – und wenn sie mit leuchtenden Augen und pochenden Herzen in ihren zahlreichen Gesprächszirkeln die Köpfe zusammensteckten, um zu erwägen, wie aus dieser Vision konkrete Taten entstehen können. Die Ausbeute mag am Ende dem einen oder anderen mager erscheinen. Aber was will man erwarten? Ein so mächtiges Paradigma wie das des Homo Oeconomicus lässt sich nicht durch einen Handstreich entmachten; eine neue Geschichte lässt sich nicht von heute auf morgen erfinden, eine neue

Sprache nicht mir nichts dir nichts etablieren. Geduld und Zeit wird haben müssen, wer für den Spirit of Humanity zu kämpfen gewillt ist.

Doch lehrt dessen Geschichte eben auch, dass vor aller Praxis das Denken steht. Und dass Liebe und Mitgefühl erst dann die Welten von Politik und Wirtschaft durchdringen werden, wenn ein Feuer der Begeisterung das Eis in den Herzen der Verantwortungsträger zum Schmelzen bringt. Immer schon war die Geburt der Vision der Anfang der Revolution. Vielleicht, dass sie sich im April 2014 in Island zugetragen hat. Passen würde es – werden hier doch gelegentlich sogar neue Berge aus dem Meer geboren. Warum nicht auch Ideen, die Berge versetzen können? //



Berit Sandberg (Hrsg.)
**Nachfolge im
Stiftungsvorstand**
Herausforderungen und
Handlungsempfehlungen für
das Gremienmanagement

1. Auflage, 276 Seiten,
Broschur, Euro 39,90
ISBN 978-3-9812114-1-2

Sonderpreis
für Abonnenten von 58€
29,90 €



Berit Sandberg (Hrsg.)
Arbeitsplatz Stiftung
Karrierewege im
Stiftungsmanagement

1. Auflage, 262 Seiten,
Broschur, Euro 39,90
ISBN 978-3-9812114-3-6

NEU

Sonderpreis
für Abonnenten von 58€
29,90 €



**Fachmagazin
Stiftung & Sponsoring**

Immer auf dem Laufenden,
alle 2 Monate neu

- Aktuell, anschaulich, und fundiert
- Praxisbeispiele
- Fachartikel
- Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Ausgewiesene Autoren aus Wissenschaft und Praxis

**Alle wichtigen Themen
des Nonprofit-Sektors
auf einen Blick**

2 kostenlose
Probehefte
jetzt anfordern

A close-up portrait of a woman with long, wavy, dark brown hair, smiling warmly at the camera. She is wearing a white top. The background is a soft, out-of-focus light color.

Anklang findet, wer im Einklang mit sich ist

Text: **Christoph Quarch**
Foto: **Michael Leis**

WER GEHÖRT WERDEN WILL, IST BEI NICOLA TIGGELER RICHTIG. DIE SCHAUSPIELERIN UNTERSTÜTZT FÜHRUNGSKRÄFTE DABEI, GLAUBWÜRDIG UND KRAFTVOLL IHRE STIMME ZU ERHEBEN.

Die Stimme ist ihr Beruf. Nicht nur als Schauspielerin, sondern ebenso als Gesangspädagogin und Stimmcoach. Bei Nicola Tiggeler ist richtig, wer in der Welt seine Stimme erheben möchte: Moderatoren und Redner, Politiker und Schauspielkollegen, Manager und Unternehmer. Frauen und Männer gleichermaßen nehmen die Dienste der 54-Jährigen in Anspruch, um sich besser Gehör zu verschaffen – gut gestimmt und stimmungsvoll.

»Mit der Stimme kann man führen, andere Menschen für sich und seine Ideen einnehmen«, nennt sie den Grund dafür, warum besonders Führungskräfte bei ihr vorsprechen. »Die Menschen spüren intuitiv, ob jemand mit eigener Stimme spricht oder nicht, denn die Stimme kann man nicht verstellen. Wenn die Stimme nicht stimmt, verliert man seine Glaubwürdigkeit.« Die Wenigsten jedoch wissen darum und reden einfach drauf los, wie ihnen der Schnabel gewachsen ist; oft mit dem Ergebnis, dass irgendwann die Stimme versagt, die Angst wächst und die Energie verpufft. Was eigentlich ein wunderbares Instrument für Führung und Verständigung ist, wird dann zur bleischweren Last.

Autorität, Souveränität, Authentizität

Deshalb beginnt die Arbeit für Nicola Tiggeler damit, das Bewusstsein für die Macht der Stimme zu wecken: zu vermitteln, wie wichtig es ist, den rechten Stand zu finden und von innen heraus seinen Worten eine stimmige Kontur zu geben, um so dem Gesagten Autorität, Souveränität und Authentizität zu verleihen. Gerade Menschen, die unter Nervosität leiden, könnten enorm davon profitieren, ihre Stimme professionell auszubilden, weiß sie aus Erfahrung.

»Die gute Nachricht ist: Man kann es lernen«, ist Nicola Tiggeler überzeugt: Es gibt Atemtechniken, Sprechübungen und vieles mehr, was sie ihren Klienten beibringt und was sie leicht anwenden können. »Es ist viel Handwerk dabei«, aber das Handwerk diene nur dazu, die eigene Persönlichkeit besser zur Sprache zu bringen, mit sich in Resonanz zu sein. »Stimmbildung ist deshalb immer auch Persönlichkeitsbildung«, erklärt sie, »man kann das eine nicht vom anderen trennen. Ich muss wissen, wer bin ich, wenn ich mit stimmiger Stimme sprechen will.« Nicht zufällig komme das Wort ›Person‹ vom lateinischen per-sonare: durch-klingen. Denn Person im eigentlichen Sinne sei nur, wer sich selbst auf authentische und stimmige Weise zum Klingen bringt, im Einklang mit dem eigenen Selbst.

It's showtime!

»Bin ich mit mir Einklang, dann finde ich Anklang«, bringt sie den positiven Effekt ihres Stimmtrainings auf eine griffige Formel. Der Grund dafür liegt auf der Hand: »Finde ich meinen Eigenton und ist meine Rede auf die mir eigene Frequenz gestimmt, dann fühlt sich der Zuhörer wohl, dann geht er mit und schenkt mir Gehör.« Dann sind die nötigen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Präsentation oder einen gelungenen Vortrag gegeben. Danach kann sie mit dem Feinschliff beginnen. Sollte es gewünscht sein, berät Nicola Tiggeler ihre Kunden auch vor wichtigen Auftritten. »Weil ich fast immer Laie bin, taue ich vorzüglich als Testperson«, lacht sie. Vor allem ach-

tet sie darauf, dass die Sätze nicht zu lang geraten, dass Pausen klug gesetzt werden, dass die Rede eine spannende Dramaturgie bekommt – alles Dinge, bei denen sie ihr schauspielerisches Know-How zum Einsatz bringen kann. Bis dahin, dass sie ihren Klienten vermittelt, wie genussvoll es sein kann, bei einer Präsentation in eine Rolle zu schlüpfen und sie konsequent zu spielen: »It's showtime!«

Im Dialog sein

Keineswegs will sie sich allerdings als Erfüllungsgehilfin für Eitelkeiten missverstanden wissen. Es geht ihr darum, Menschen die Chance zu geben, sich in der Welt zu zeigen; aber nicht im Sinne eines Ego-Trips, sondern im Dialog mit anderen. Gerade das mache die eigentliche Kunst der stimmigen Rede aus: sich immer neu einzustimmen auf die Zuhörer, anstatt sie gewaltsam zu überstimmen. »Geht dieses dialogische Moment verloren, wird die Stimme arrogant und abgehoben. Sie verliert ihre Kraft und der Schuss geht nach hinten los«, warnt sie.

So einleuchtend ist, was Nicola Tiggeler über ihre Arbeit zu sagen weiß, sie stößt doch auch auf Widerstände. Vor allem in der Business-Welt bekommt sie gelegentlich zu hören, das alles sei »zu esoterisch«. Man wolle effektive Methoden und Techniken, aber doch nicht ... atmen! Oder es spukt die Befürchtung umher, beim Stimmtraining habe man es mit getarnter Psychologie oder gar Therapie zu tun. Dem könne sie am besten beikommen, indem sie die handwerkliche Komponente ihrer Arbeit in den Vordergrund stellt: »Das hilft so manchem über die Schwelle«, hat sie inzwischen gelernt; »und bereut hat es noch keiner«.

Im Gegenteil. Einmal, erzählt sie, habe eine Dame sie um Hilfe gebeten, die als Vorstand einer Bank immer darunter litt, nicht wahrgenommen zu werden. Sie habe sich anfangs sehr schwer damit getan, ihre Persönlichkeit zur Sprache zu bringen, dann aber habe sie ihre Eigenschwingung gefunden. Heute hört man ihr zu. »Sie redet mit dem Brustton der Überzeugung«. //

Nicola Tiggeler //

Gerade mal vier Jahre alt war Nicola Tiggeler, als sie den Entschluss traf, Opernsängerin zu werden. Was sie dann auch – »mit der mir eigenen Konsequenz«, wie sie sagt – wahr machte: Mit acht Jahren sang sie ihre erste Rolle an der Staatsoper Hannover, später studierte sie Gesang an der Hochschule für Musik in Hamburg, wo sie 1986 mit der Diplom-Prüfung in Oper und Gesangspädagogik abschloss. Danach spielte, sang und tanzte sie sich in verschiedenen Häusern quer durch das Repertoire von Oper über Operette und Musical bis hin zum Schauspiel. Ihr Fernsehdebüt gab sie 1993 in der Krimiserie »Der Fahnder«. Zahllose Film- und TV-Auftritte folgten, darunter in mehr als 800 Folgen der Telenovela »Sturm der Liebe«.

www.stimmeundsprechen-muenchen.de

www.nicola-tiggeler.de



Konflikte am Arbeitsplatz ...

Konflikte in Unternehmen wirken sich betriebs- und volkswirtschaftlich negativ aus. Es gibt vier Gründe, warum Führungskräfte und Mitarbeiter nicht professionell im Konfliktmanagement trainiert werden. Dabei liegen hier gewaltige Potenziale.

Von Dr. Timo Müller



Konflikte am Arbeitsplatz werden gar nicht erkannt

Viele Führungskräfte erfassen soziale Interaktionen innerhalb ihres Teams bzw. ihrer Abteilung nur im „Wahrnehmungsraster“ ihres individuellen Alltagswissens, da sie nicht professionell im Konfliktmanagement geschult wurden. In der Folge ist die jeweilige Führungskraft nicht dazu in der Lage, Konflikte und Konfliktpotenziale frühzeitig zu erkennen und angemessen zu handeln. Zur schwach ausgeprägten Konflikt-Wahrnehmungsfähigkeit kommt negativ verstärkend hinzu, dass auch die Personen im Unternehmen, die letztendlich über Personalentwicklungsmaßnahmen entscheiden, nur ein unvollständiges Bild der Konfliktsituation im Unternehmen haben. In diesem Kontext ist kritisch zu fragen: Welche Geschäftsführung möchte von ihren Abteilungsleitern hören, dass es Konflikte im Unternehmen gibt?

Konfliktmanagement-Trainings werden mit Grundlagen-Kommunikationskursen verwechselt

Für manche Führungskräfte und Entscheider wird das Konfliktmanagement nur als ein Teil eines Grundlagen-Kommunikationskurses wahrgenommen. Diesen Personen ist nicht präsent, dass in einem Konfliktmanagement-Kurs spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden, die thematisch über die Grundlagenkenntnisse der Kommunikation weit hinausreichen. Beispielsweise kann das Wissen um kommunikative Strategien auch genutzt werden, um eben solche zu torpedieren. Einen darunter liegenden Problemkontext zu lösen, erfordert die Kenntnisse des Konfliktmanagements.

... rauben Geld und Nerven



Konflikte werden als Ergebnis einer „Charakter-Schwäche“ des Konflikt-Gegenübers erlebt

Einige Personen, die Beteiligte eines Konfliktes sind, erleben die Konflikt-Situation grundsätzlich so, dass der Charakter des Gegenübers als Auslöser des Konflikts gilt. Da Charakterzüge nur schwer veränderbar sind, habe ich – als Konfliktbeteiligter – scheinbar keine Möglichkeit, konstruktiv auf die Konflikt-situation Einfluss zu nehmen. Diese vereinfachte Sichtweise erleichtert zunächst das Verhalten zur Umwelt und wertet die eigene Person angenehm auf. Dabei werden jedoch konflikt-spezifische Prozesse und Wechselwirkungen ausgeklammert. Im Rahmen eines Konfliktmanagement-Trainings erlernen Führungskräfte bzw. Mitarbeiter, die Dynamiken eines Konfliktes zu verstehen und produktiv auf diese zu reagieren.

Der wirtschaftliche Nutzen von Konfliktmanagement-Kompetenzen ist nicht bekannt

Wie Studien belegen, liegen die durchschnittlichen Konfliktkosten eines Unternehmens bei über 10 Prozent der

Personalkosten. Dieser Zusammenhang ist in vielen Unternehmen nicht bekannt. Entscheider in Unternehmen wissen teilweise auch nicht, welche positiven Effekte es hat, wenn Konflikte am Arbeitsplatz angemessen ausgetragen und gelöst werden. Erfolgreiches Konfliktmanagement von Führungskräften und Mitarbeitern führt z.B. zu weniger Demotivationen, zu weniger Fehlzeiten und einer niedrigeren Fluktuationsquote.

Damit hat ein erfolgreiches Konfliktmanagement – über die Arbeitsmotivation – auch Einfluss auf die Bindung der Mitarbeiter ans Unternehmen. ■

DR. TIMO MÜLLER

leitet das Institut für Konfliktmanagement und Führungskommunikation (IKuF) in Köln. Er ist Konfliktforscher und Experte für die Themen „Konfliktmanagement“ und „Feedback-Kommunikation“ und engagiert sich als Business-Trainer, Vortragsreferent und Konfliktmoderator.

www.ikuf.de

Der Herr der Fliegen

Was Kunst nicht alles bewegt: Ausgerechnet ein Biozidhersteller setzt sich dafür ein, Insekten mit Respekt zu behandeln. Mit Ausgleichsflächen erweitert Dr. Hans-Dietrich Reckhaus so sein Geschäftsmodell vom Töten zum Retten.

Von Tina Teucher



Kann den Tod nicht verhindern, aber ausgleichen: Dr. Hans-Dietrich Reckhaus will mit Kompensationsflächen für Insekten Bewusstsein für die Leistungen der Natur schaffen.



Insekten sind die artenreichste Tierklasse – und die meist-gejagte: Alte Quellen belegen, dass wir Menschen uns seit mindestens 4.000 Jahren gegen Flöhe, Fliegen, Mücken und andere Schädlinge wehren. Frühe Methoden waren das „Räuchern mit Schwarzkümmel, die Verwendung von Kupfervitriol, ein Anstrich der Wände mit Koriandersamen und Öl und das Verspritzen von Hollunderaufkochungen“.¹ Heute gibt es andere Methoden: von Sprays, über Köderdosen, bis Mottenpapiere. Lebensmittelgeschäfte, Drogerien, Gartenmärkte und Reformhäuser bieten umfangreiche Sortimente an. Die Wirkstoffe sind bezüglich Wirkung und Risiken getestet und unterliegen geregelten Zulassungsverfahren². Auch Institute wie „Stiftung Warentest“ oder „Ökotest“ befassen sich regelmäßig mit dem Thema. Damit scheint für den Verbraucher alles in Ordnung zu sein. Aber warum fragt keiner nach dem Wert der Insekten?

Was ist ein Insekt wert?

Auch wenn wir nicht umhin kommen, uns gegen sie zu wehren: Insekten – und bei weitem nicht nur die fleißigen Bienen – stiften einen großen Nutzen für die Natur³. Sie sind ein wichtiges Glied in der Nahrungskette, unterstützen die

1 Engelbrecht, Hans: Schädlinge und ihre Bekämpfung. 3. Aufl., Hamburg: Behrs, 1997, S. 5.

2 Die Biozid-Richtlinie der EU regelt die Zulassung und das Inverkehrbringen. In Deutschland ist die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin zuständig.

3 Siehe auch: Berenbaum, May: Unerwarteter Weltuntergang. NZZ Folio, Juli 2001, S. 14-20; Greenpeace Research Laboratories/University Exeter: Das Bienensterben und die Risiken für die Landwirtschaft in Europa, Januar 2013.



Sicher vor Vögeln und anderen Fressfeinden: Die Aktion „Fliegen retten in Deppendorf“ brachte dem Biozidhersteller Reckhaus einige Aufmerksamkeit.



Ein ganzes Dorf im Heldenfieber: Jede gerettete Fliege brachte den Deppendorfern Punkte und stärkte ihre Hoffnung auf den Hauptgewinn: Ein Wellness-Wochenende in Bayern – mit einer Fliege!

Biodiversität und halten die Fauna durch den Transport von Pollen und Samen am Leben.

- Rund ein Drittel aller Nahrungsmittel geht auf die Bestäubung durch Insekten zurück.
- Bis zu 75 Prozent unserer Kulturpflanzen und bis zu 90 Prozent aller Wildpflanzen sind auf Insekten angewiesen.
- Auch Viehzucht und Textilproduktion sind ohne den Beitrag der Insekten nicht denkbar, weil sie den dafür nötigen Pflanzen bei der Reproduktion helfen.

Allein den wirtschaftlichen Nutzen der Bestäubung schätzen Forscher auf 265 Milliarden Euro pro Jahr. Der Insektenforscher Edward Wilson glaubt sogar, dass wir ohne Insekten nur zehn Jahre überleben würden.

Kunst oder Verrücktheit? Sie rütteln wach

Dr. Hans-Dietrich Reckhaus bekämpft mit seinem gleichnamigen Familienunternehmen mit Sitz in Bielefeld seit über 50 Jahren Insekten: Er stellt Biozide her. Doch 2012 verweigerten ihm die befreundeten Schweizer Konzeptkünstler Frank

und Patrik Riklin, eine kreative Werbung für seine klebrige Fliegenfalle „Flippi“ zu erdenken. Sie drehten den Spieß um und fragten ihn: Willst Du nicht lieber mal Fliegen retten? Der gestandene Unternehmer stutzte, lehnte aber nicht ab. Nach einer schlaflosen Nacht gab er grünes Licht für eine Aktion, die später als „Fliegenretten in Deppendorf“ über die Lokal- und Klatschpresse hinaus bekannt werden sollte. Die Geschichte in kurz: Reckhaus gewann die Bevölkerung in Deppendorf bei Bielefeld für einen Aktionstag mit Bierzelt und Gegrilltem, an dessen Ende derjenige, der die meisten Fliegen gefangen und lebendig zur Feierstätte brachte, einen Wellness-Urlaub in Bayern gewann. Mit Fliege. Das unter den 901 anderen Geretteten auserwählte Insekt bekam den Namen Erika, einen eigenen Platz in Taxi, Helikopter und Flugzeug sowie ein eigenes Hotelzimmer mit reichhaltigem Obstbuffet.

Hier durften Künstler ihre Ideen mal bis zu Ende spinnen. 400.000 Euro hat sich der Familienunternehmer Reckhaus das ganze kosten lassen. Bis heute kann niemand sicher sa-



Neue Form der Wertschätzung? Die Fliegenfangaktion sollte darauf aufmerksam machen, dass die Insekten wichtige Glieder der natürlichen Kette sind – etwa, indem sie Exkremente zersetzen.



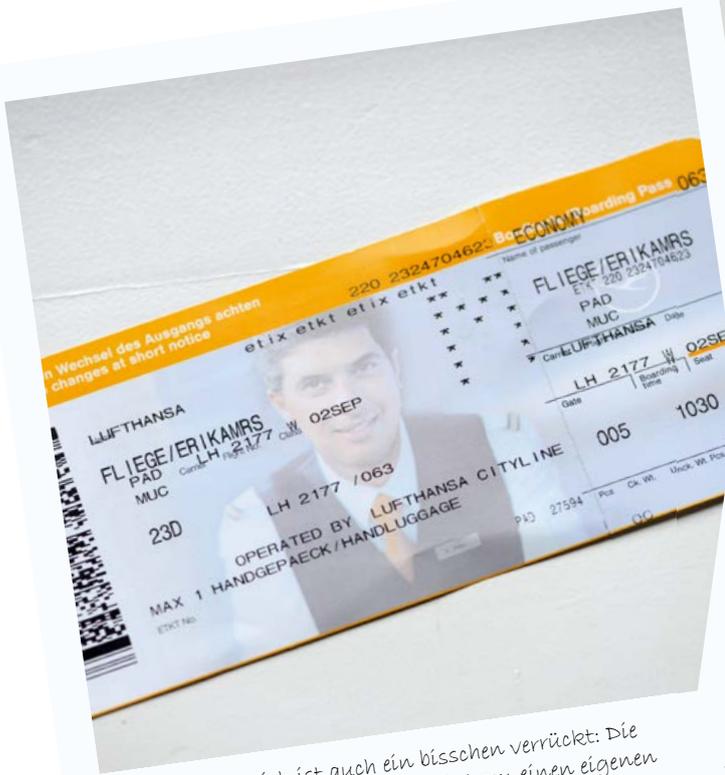
Wozu diese Tierchen wohl gut sind?

gen, ob es sich nun um einen Werbe-Gag, eine Kunstaktion oder die Idee einer Handvoll Verrückter handelt, die durch Charisma, ansteckende Begeisterung und religiösen Ernst Anhänger finden konnten. Fest steht, dass „Fliegen retten in Deppendorf“ bei jedem, der davon hört, Verwirrung stiftet, zum Kopfschütteln oder Lachen bringt, zumindest aber kurz zum Nachdenken anregt: Was ist der Wert einer Fliege? Seine Erika konnte Reckhaus damit nicht für immer retten. Sie starb nach einem außergewöhnlich langen und erlebnisreichen Leben, feierlich bestattet mit ihren 900 Gefährten. Ein Grabstein in Deppendorf erinnert an sie.

Gütezeichen des Respekts oder Ablass für Mord?

Hans-Dietrich Reckhaus wollte noch einen Schritt weiter gehen. Die Auswirkungen seiner Produkte – den Tod von Insekten – könne er nicht direkt verhindern, sagt er. Die größten ökologischen Probleme im Produktlebenszyklus eines Insektenbekämpfungsmittels lägen nun mal in der Anwendungsphase. Doch den Respekt für die Leistungen

der Sechsbener in der Gesellschaft könnte er fördern. Ihren Taten auch einen ökonomischen Wert geben. So schuf Reckhaus mit „Insect Respect“ ein eigenes Gütezeichen, das eine Kompensation für den Eingriff in das Ökosystem garantieren soll. Das Konzept hat Reckhaus sich patentieren lassen. Zusammen mit externen Biologen ermittelte er, wie viele und welche Insekten der Anwender mit seinen Produkten bekämpft. Für die errechnete Lebendbiomasse schafft das Unternehmen Ausgleichsflächen. Hierbei wandelt Reckhaus tote Industrieflächen wie z.B. Flachdächer oder geteerte Wege in grünende Biotope für Insekten um. Die bepflanzten Flächen sorgen für bessere Luft, mehr Biodiversität und ein schöneres Landschaftsbild. Reckhaus hofft, damit das Bewusstsein beim Konsumenten für die Insekten und somit auch für die Natur zu stärken. Denn die wenigsten wissen, dass alle Insekten einen hohen Wert für die Natur haben. So bestäuben z.B. auch Fliegen und Mücken Pflanzen. Und Ameisen leisten einen sehr wertvollen Beitrag zur Bodenfauna. Dass durch die Lage und Beschaffenheit der



Jeder Genie-Streich ist auch ein bisschen verrückt: Die Sechsbäuerin „Mrs. Erika Fliege“ bekam einen eigenen Lufthansa-Sitzplatz.



Auf Reisen mit Erika: Das Deppendorfer Ehepaar hätte sich vor dem Auftauchen von Dr. Reckhaus wohl kaum träumen lassen, einmal mit einer Fliege Urlaub zu machen.

Ausgleichsflächen extreme Lebensbedingungen für Insekten herrschen, sieht Reckhaus als Chance. „Damit kommen vor allem Spezialisten zurecht, die eigentlich auf Magerwiesen und trockenen Ruderalstandorten – wie auf Schuttplätzen, Müllhalden und an Wegrändern – zu Hause sind. Diese verschwinden aber zunehmend aus der Landschaft, so dass extensive Flachdächer ein willkommenes Ersatzbiotop darstellen“. Der Unternehmer rechnet vor: Pro Packung einer Insektenklebefalle der Marke „Dr. Reckhaus“ gehen fünf Cent in die Kompensation, mit 100 Packungen lässt sich so eine Ausgleichsfläche von einem Quadratmeter anlegen – inklusive Kosten für Erde, Pflanzen und Anlage. Inzwischen kompensiert seine Firma alle Produkte bereits bevor sie in den Laden kommen.

Für Reckhaus erscheint seine Verwandlung vom Insektenvernichter zum Insekten-auch-Retter keineswegs paradox, sondern nur folgerichtig. „Wer sonst könnte sich um die Kompensation kümmern, wenn nicht wir Hersteller?“, provoziert

er die Branche. „Wenn wir nachhaltiges Wirtschaften ernst meinen, müssen wir die Schäden ausgleichen“. Außerdem will er, dass weniger Biozide zum Einsatz kommen – dafür aber gezielter. Für Privatverbraucher bietet Reckhaus daher Informationen über Präventivmaßnahmen sowie einen Insektenbestimmungsdienst, um über die Bedeutung der nützlichen, aber oft lästigen Tiere aufzuklären.

Zaghaftes Umdenken im Handel

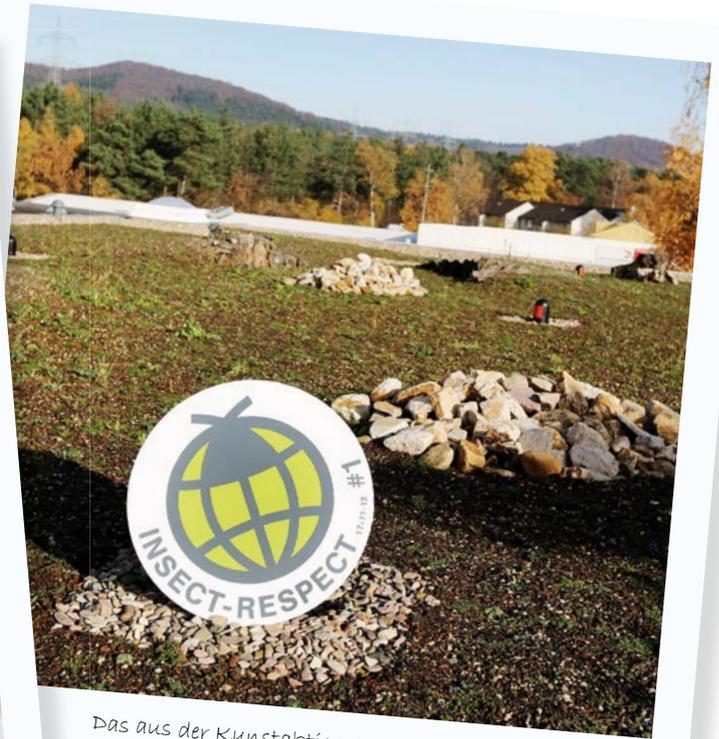
Bisher tragen nur Produkte der eigenen Marke „Dr. Reckhaus®“ das neue Zeichen. Doch bald schon soll „Insect Respect“ auch auf den Produkten anderer Anbieter prangen. Langfristig will der Unternehmer seine Haupteinnahmen aus der Insektenrettung mit Ausgleichsflächen einfahren und die Fallen- und Giftherstellung zurückfahren.

Skeptiker bleiben nicht aus. Denn es bleibt das moralisch-ethische Dilemma, dass ein Biozidhersteller in erster Linie den Insektenmord fördert. Der Respekt durch Ausgleichsflächen kommt erst danach. Umweltverbände kritisieren, dass Reck-





Wenn, dann richtig: Die gerettete Fliege Erika genoss ihren Wellness-Urlaub bei einem Drei-Gänge-Menü.



Das aus der Kunstaktion entstandene Siegel „Insect Respect“ bietet einen Ausgleich für durch Insektenfallen verwendete Tiere. Ein Quadratmeter Gründachfläche lässt sich für 5 Euro anlegen.

haus das Prinzip „Erst vermeiden, dann verringern, dann kompensieren“ nicht beachtet, sondern die Verantwortung auf den Anwender verlagert. Sein Geschäftsmodell selbst hinterfrage er nicht.

Gleichwohl hat bisher noch kein Insektenvernichtungshersteller eine vergleichbare „Lösung“ vorgestellt. Und früher oder später war jeder Verbraucher schon mal froh, die Motten aus dem Schrank endlich los zu sein, die Obstfliegen vom Apfel fernzuhalten oder sich juckende Mückenstiche zu ersparen. Reckhaus bleibt – wenn auch umstrittener – Pionier. Im Handel stößt die Idee von „Insect Respect“ inzwischen auf wachsendes Interesse. Reckhaus ist überzeugt: Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die Verbraucher auch in der Insektenbekämpfung nach Lösungen verlangen werden, die Ökonomie und Ökologie in Balance bringen. Bis dahin wird noch die eine oder andere Schwester von Erika stille Örtchen besuchen, sich eines neuen Biotops erfreuen – oder in der Falle kleben bleiben. ■

Zum Weiterklicken

Trailer und Infos zur Aktion „Fliegenretten in Deppendorf“ und dem Ausgleichssiegel „Insect Respect“:
www.insect-respect.org
www.fliegenretten.de



Fotos: unten: © birgith-pixelio.de | links: © insect-respect / fliegenretten.de

Achtsam arbeiten

Facebook, Apple und Google machen es schon. Andere Firmen ziehen nach und schicken ihre Mitarbeiter zu Achtsamkeits-Trainings. Denn die wachsende Anzahl von Burn-out-Fällen ist nicht nur tragisch, sie kostet auch Geld.

Von Niko Kohls, Karin Andert, Chris Tamdjidi

Dass Arbeit gelingt und Freude macht – davon träumen viele. Doch mittlerweile macht Burn-out in jedem Wirtschaftsma-
gazin Schlagzeilen. Ausgebrannte Manager und Angestellte,
wer kennt keinen solchen Fall aus seinem Bekanntenkreis?
Neben der menschlichen Tragödie verursachen psychische
Belastungserkrankungen höhere Kosten, die Arbeitsleistung
sinkt.

Die Integration von Achtsamkeit in Job und Alltag verspricht
weniger Stress. Immer mehr Unternehmen bieten jetzt Trai-
nings entweder inner- oder außerhalb der Betriebe an und
stellen fest, dass Arbeitgeber und Mitarbeiter profitieren.

Wissenschaftliche Studien unterstützen diese Annahme.
Sie zeigen außerdem, dass Achtsamkeit die Entscheidungs-

rungskräfte von Apple und Google getroffen, um das Thema
Achtsamkeit in Unternehmen näher zu beleuchten.

Der Grund? Die Konferenzteilnehmer wollten zwei für sie
entscheidende Fragen klären:

- Wie können Führungskräfte in dieser schnelllebigen
Welt ihre innere Balance halten, ohne an Produktivität
zu verlieren?
- Wie können Führungskräfte bei gleichzeitig geforderter
Ergebnisorientierung ganzheitlich handeln (emotional,
intelligent und empathisch)?

Schon im Jahr 2007 hatte Google mit dem firmeninternen
Meditationsprogramm – Search Inside Yourself – begonnen,

Die Herrschaft über den Augenblick ist die Herrschaft über das Leben.

Marie von Ebner-Eschenbach

findung erleichtert und die Fähigkeit zu Empathie sowie
die soziale Interaktion im Unternehmen verbessert. Wer
regelmäßig übt, kann konzentrierter arbeiten, ohne sich
schnell überfordert zu fühlen. Außerdem schafft Achtsam-
keit ein besseres Gefühl für Verhältnismäßigkeit. Nicht jede
E-Mail muss sofort gelesen und beantwortet werden, nicht
jede Sitzung muss bis spät in den Abend gehen und nicht
jede Internetsuche ist sinnvoll. Angesichts der digitalen und
medialen Reizüberflutung müssen wir lernen, auszuwählen
und abzuwägen. All das ist bekannt, Achtsamkeit hilft, das
Wissen in die Tat umzusetzen. Das betrifft vor allem den
Arbeitsalltag von Führungskräften.

Weniger gestresste Führungskräfte sind leistungsfähiger
und ihren Mitarbeitern zugewandter. Eine Veränderung des
Führungsstils, weg von einem autokratischen und hierarchi-
schen Führungsverhalten, sowie eine breitere Verteilung von
Macht, Einfluss und Verantwortung, kann mittels „Führung
durch Selbstführung“ erlangt werden. Achtsamkeit gehört zu
den Prozessen, die Führungskräfte dabei unterstützen, stär-
ker durch das eigene, authentisch gelebte Vorbild als durch
Kontrolle oder Anweisung zu führen. Dass die Effizienz sofort
steigt und sich die Produktivität wie auf Knopfdruck erhöht,
darf man jedoch selbst bei regelmäßigem Achtsamkeitstrai-
ning nicht erwarten. Achtsamkeit wirkt nachhaltig und sollte
daher nicht zur kurzlebigen Modeerscheinung verkommen.
Daher ist je nach Struktur und Bedarf eine Achtsamkeitsstra-
tegie für Unternehmen zu entwickeln.

In der Wisdom 2.0 Konferenz 2013 haben sich die Gründer
von Facebook, Twitter, eBay, Zynga und Paypal sowie Füh-

das sehr begehrt und stets ausgebucht ist. Auch andere Fir-
men wollen der besorgniserregenden Zunahme von Burn-out
und Stress etwas entgegensetzen, was das Wohlbefinden
und damit auch die Belastbarkeit ihrer Mitarbeiter erhält.

Auf den ersten Blick erscheint es trivial, sich auf den gegen-
wärtigen Augenblick zu konzentrieren – achtsam zu sein –
doch es bedarf dafür einer bestimmten Lebenshaltung. Mit
Hilfe körperorientierter Bewusstseinsübungen kann man
diese erlernen und systematisch trainieren. Bewährt hat
sich das von dem amerikanischen Molekularbiologen Jon
Kabat-Zinn entwickelte und standardisierte Programm der
Achtsamkeitsmeditation. Es soll helfen, besser mit Stress,
Angst und Krankheiten umzugehen. Vor mehr als zwanzig
Jahren hat er den weltanschaulichen buddhistischen Hinter-
grund aufgelöst und mit verschiedenen Meditationsformen
angereichert (BodyScan, formelle Meditation im Sitzen oder
Gehen, Yoga-Übungen). Die Übungen können Praktizierende
sowohl vor Ort als auch extern durchführen.

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt das von der Kalapa
Leadership Academy in Schloss Heinsheim durchgeführte
Unternehmenstraining. Das Schulungsprogramm sieht zwei
ganztägige sowie sechs bis acht kurze Termine von
zweieinhalb Stunden vor, die bei den Firmen stattfinden.
Wissenschaftlich begleitet es die Generation Research GmbH
in Kooperation mit dem Generation Research Program (GRP)
der Ludwig-Maximilians-Universität München. Das Projekt
wurde Ende 2012 vorgestellt und im Frühjahr 2013 mit den
ersten sieben Firmen durchgeführt. Dazu gehören eine
Handelskette mit über 40.000 Mitarbeitern, ein Automobil-

¹ Ergebnisse der Evaluation unter <https://kalapaacademy.de/forschung/evaluation>

zulieferer mit 1.400 Mitarbeitern und ein Architekturbüro mit 100 Mitarbeitern. Die anfängliche Skepsis, ob sich das im privaten Gebrauch bewährte Programm auch für Unternehmen eignet, ist angesichts der positiven Rückmeldungen und anhaltenden Stressminderung gewichen.

Die Hinwendung zur Achtsamkeit verspricht eine umfassende und nachhaltige Veränderung des Lebensstils. Was ist damit gemeint? Die Übersetzung des aus der buddhistischen Weisheitslehre stammenden Begriffs „Mindfulness“ in „Achtsamkeit“ ist eine Hilfskonstruktion. Sie vernachlässigt den „Geist“ und die „Fülle“, führt jedoch eine neue Komponente, die Sorgfalt, ein. Beide Begriffe meinen einen Bewusstseinszustand, der auf das direkte und nicht-wertende Gewahrsein dessen abzielt, was in jedem Augenblick geschieht. Auf dieser ersten Stufe betrifft es das Individuum selbst, es nimmt aufmerksam wahr, erlebt die Fülle des gegenwärtigen Moments, ohne von weiteren, störenden Einflüssen abgelenkt zu werden. Esse ich eine Rosine und bin dabei achtsam, bemerke ich den Geschmack, ihre Beschaffenheit, ohne zugleich an eine Banane oder etwas anderes zu denken. Auch lasse ich mich nicht beeinflussen von dem, was ich über Rosinen weiß, um so offen für etwas gänzlich Neues oder noch nie Geschmecktes zu sein. Achtsamkeit kann deshalb auch als Versuch beschrieben werden, partiell angeborene oder in-

dividuell erlernte Stereotypen und Vorurteile bewusst unter Kontrolle zu halten. Dies führt zu einer weniger individualistischen Sichtweise. Es verhindert, dass sich Wahrnehmungen zu stark subjektiv einfärben. Um die Fülle des Augenblicks zu erleben, schließe ich anderes aus: Das scheint das Geheimnis von Achtsamkeit und Mindfulness zu sein.

Abschließend sei an die amerikanische Dichterin Gertrude Stein verwiesen, die bereits vor knapp 100 Jahren die Bedeutung von Achtsamkeit erkannte und die berühmte Zeile schrieb: „a rose is a rose is a rose is a rose“ – nicht mehr und nicht weniger als das. ■

PROF. DR. NIKO KOHLS

forscht an der Hochschule Coburg zu Gesundheitswissenschaften und Integrativer Gesundheitsförderung. Seit 2008 ist er mit dem Thema „Achtsamkeit und Spiritualität als potenzielle Gesundheitsressource“ beschäftigt.
niko.kohls@hs-coburg.de

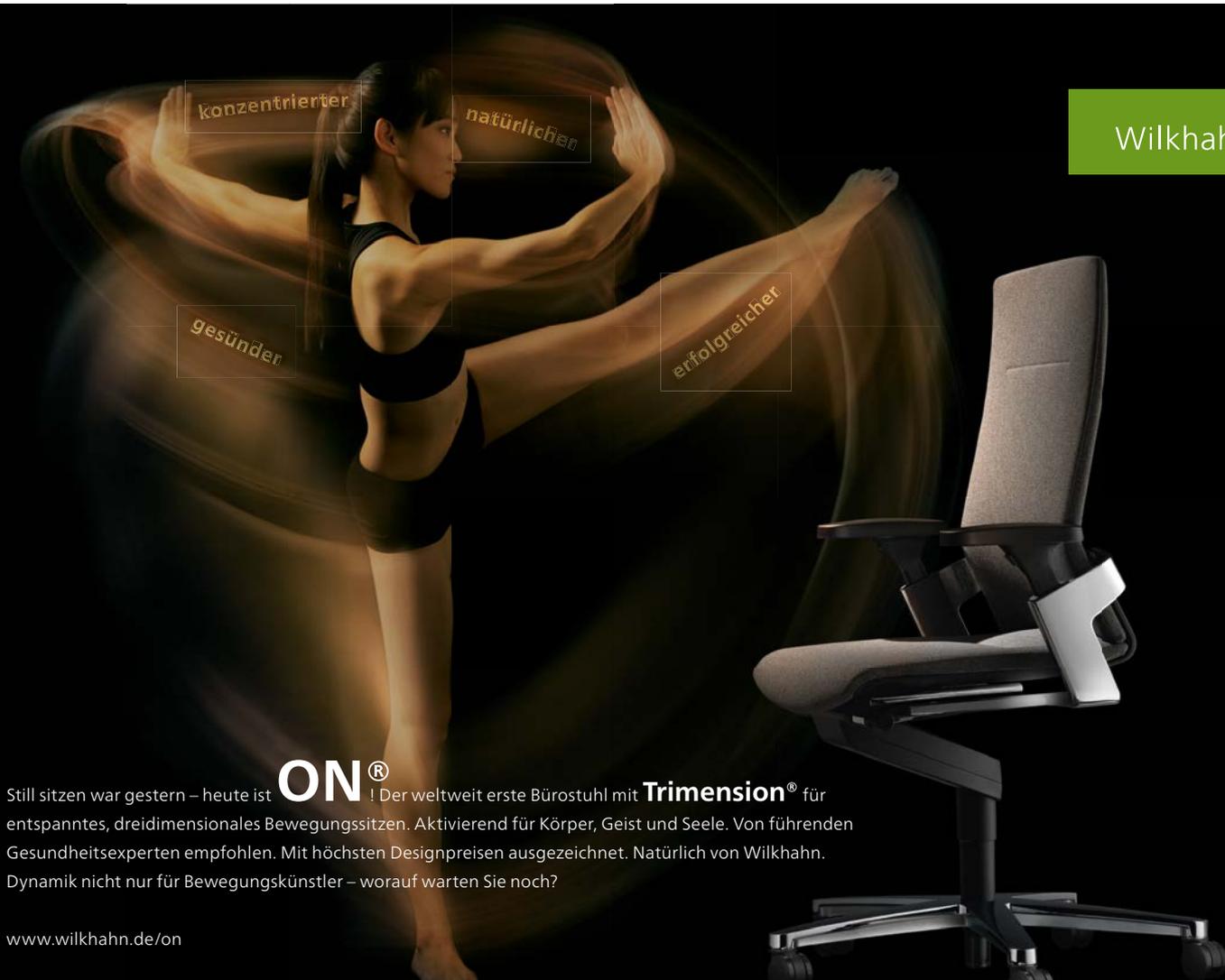
KARIN ANDERT M.A.

ist Autorin und Literaturwissenschaftlerin.

CHRIS TAMJIDI

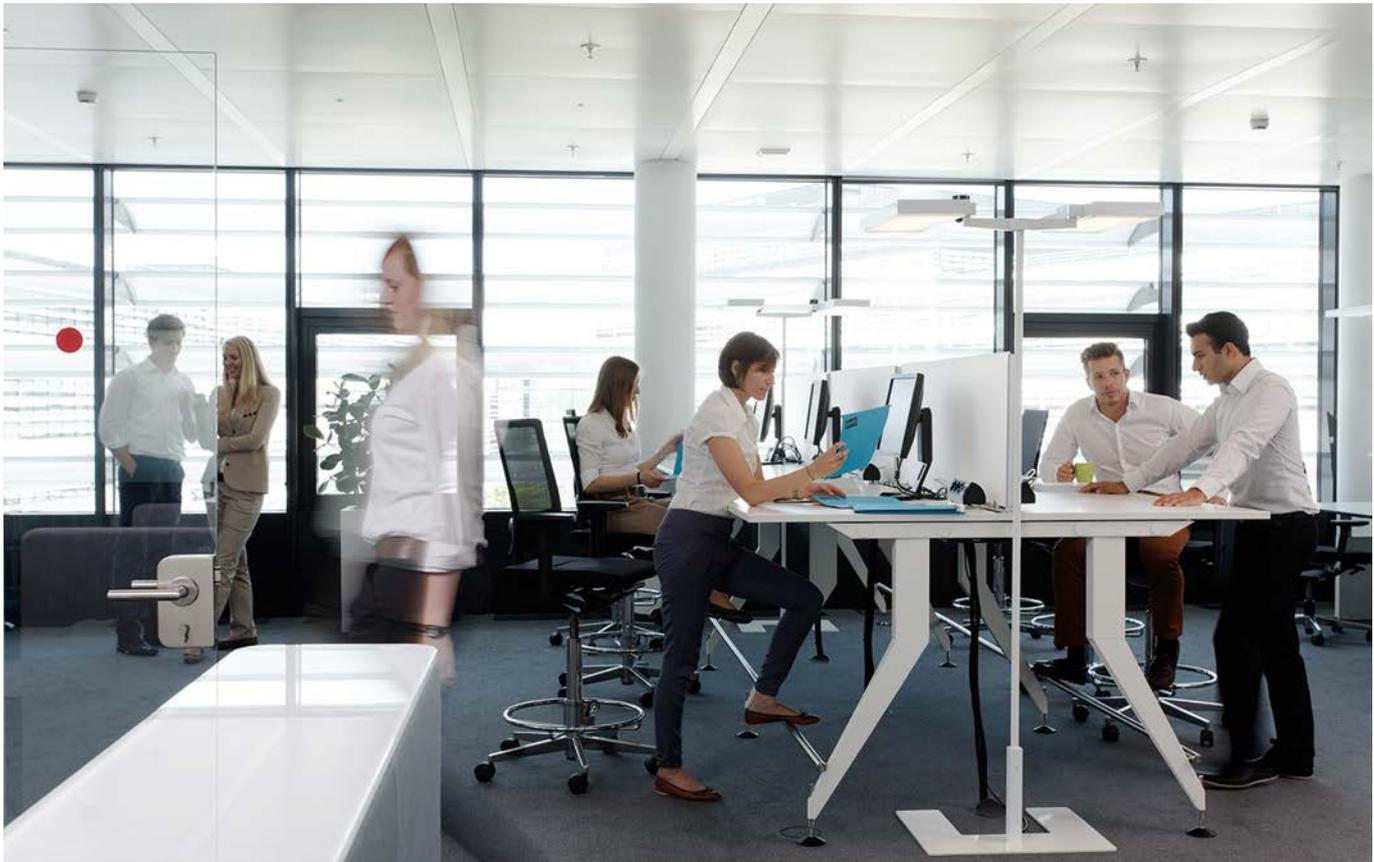
ist Geschäftsführer der Kalapa Academy, Bergisch-Gladbach.
chris@kalapaacademy.org.

Wilkhahn



ON®

Still sitzen war gestern – heute ist **Trimension**® für entspanntes, dreidimensionales Bewegungssitzen. Aktivierend für Körper, Geist und Seele. Von führenden Gesundheitsexperten empfohlen. Mit höchsten Designpreisen ausgezeichnet. Natürlich von Wilkhahn. Dynamik nicht nur für Bewegungskünstler – worauf warten Sie noch?



Ein Arbeitsszenario bei Vodafone in Düsseldorf mit Steh- Sitzlösung realisiert mit dem Benchsystem „invitation“.

Maximale Bewegungsfreiheit im Cross Generation Office

Von Dorothea Scheidl-Nennemann

Bereits das Heute stellt an die Büroplanung hohe Anforderungen – uns vom Morgen ein Bild zu machen, ist eine große Herausforderung. Zum einen ist es der demographische Wandel, der die Belegschaften in Unternehmen noch stärker prägen wird. Durch längere Lebensarbeitszeiten rücken in den Teams immer mehr Mitarbeiter mit großen Altersunterschieden zusammen und allen soll die Büroumgebung gerecht werden. Zum anderen nimmt dank der Entwicklung neuer Technologien und mobiler Endgeräte die Flexibilität in der Wahl des Arbeitsortes und der Trend in Richtung „smart working“ zu: Im Home Office, Café, unterwegs oder in der Firma arbeiten und wenn ja, dann wo und wie?

Verortung der Unternehmenskultur ist daher eine zentrale Rolle der Büros im Sinne der Mitarbeiteridentifikation. Unternehmenssitze sollen Heimat sein und Bühne für die Interaktionen von Angestellten, Geschäftspartnern, Kunden und alle sollen sich dort wohl fühlen. Flexibilität ist das Zauberwort und fordert nicht nur den Möbeln durch unterschiedliche Einstellungs- und Konfigurationsmöglichkeiten sowie individuell regulierbare Höhenverstellbarkeit vieles ab. Multifunktional sollen sie auch sein und sich in vielen Umgebungen einsetzen lassen. Und nicht zuletzt werden diese Eigenschaften auch bei Mitarbeitern gefordert.

Was die unterschiedlichen Generationen im Büro schätzen

Die ältere Generation, repräsentiert durch die Baby Boomer, hat vor allem hohe Anforderungen an ergonomische Features und bevorzugt ganz bewusst häufigere Haltungswechsel auch dank höhenverstellbarer Arbeitsplätze. Akustischer Schutz am eigenen Arbeitsplatz, individuell regelbare Lichtverhältnisse und Meetings in komfortablen Loungebereichen werden besonders geschätzt.

Die mittlere Generation, die Generation X, legt besonderen Wert auf Flexibilität, nicht nur in der Wahl des Arbeitsortes sondern auch der Arbeitszeiten. Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben steht im Vordergrund. Diese dialogorientierten Mitarbeiter machen aber dafür gerne Abstriche hinsichtlich bisheriger Statussymbole und individueller Komfortzonen. Dafür schätzen sie Räume, in denen sie schnell und unkompliziert andocken, sich mit Kollegen austauschen können.

Die jüngste Generation Y, mit den digitalen Welten aufgewachsen, hat bereits einige internationale Erfahrungen gemacht und im Allgemeinen eine geringe Loyalität gegenüber Marken aber auch Arbeitgebern. Sie liebt Interaktion, Kooperation und neuartige Herausforderungen und folgt vor allem eigenen Impulsen und Bedürfnissen. Diese für einen Arbeitgeber recht unberechenbare neue Mitarbeiterschaft ringt diesem eine eigene Lebensqualität ab, denn sie geht nicht davon aus, dass er eine lebenslange Sicherheit bietet. Daher muss er neben den gewünschten Arbeitsinhalten das maximale Rahmenangebot sofort bereitstellen. Hierzu gehören mehr Autonomie und auch eine flexible Möblierung, die eigenständig und selbstbestimmt umgebaut werden kann. Bühnen und Kulissen wollen selbst geschaffen werden und die Bürowelt stellt ein inspirierendes Spielfeld dar.

Mehr Bewegung im Büro

Was das Zusammenkommen aller Generationen ermöglicht, sind die „Bewegungsverführer“. Möbel, die den Nutzer dazu einladen, sich immer wieder zu bewegen und die die Interaktion im Raum und unter Kollegen unterstützen.

Höhenverstellbare Arbeitstische ermöglichen eine individuelle Anpassung und einen Haltungswechsel während des Tages. Überhaupt das beste Rezept für die allgemeine Gesunderhaltung, die Belebung des Stoffwechsels und



Die höhenverstellbaren Tischeinheiten des Systems „brainstorm“ machen flexible Meetings möglich.

die Erhaltung der Konzentrationsfähigkeit ist es, alle gebotenen Bewegungsmöglichkeiten zu nutzen. Meetings im Stehen, mobile Konferenzmöbel, flexibel nutzbare Loungebereiche und Stehtische für kurze Besprechungen fördern die Bewegungsanreize. Während des Sitzens am Schreibtisch unterstützen Bürodrehstühle wie der Sedus „swing up“ mit einer dynamischen auch seitlich in der Hüfte neigbaren Mechanik die Durchblutung im Beckenbereich.

Beispielhaft wurden diese Einrichtungsanforderungen nach wechselseitig nutzbaren Steh- und Sitzmöglichkeiten im neuen Vodafone Headquarter in Düsseldorf umgesetzt. Hochgestellte Benches des Systems „invitation“ ermöglichen es den Mitarbeitern, in unterschiedlichen Haltungspositionen zu arbeiten: sitzend an der Counterstuhlvariante oder stehend. Eine Fußreeleing bringt zusätzliche Abwechslung.

Kantinen und Loungebereiche werden heute idealerweise so gestaltet, dass sie auch für Besprechungen und darüber hinaus gehende Arbeitssitzungen genutzt werden können. Konferenzmobiliar für Workshops und Videokonferenzen ermöglicht eine besondere Gestaltungs- und Nutzungsvielfalt, wenn die Elemente mobil sind, gut verkettet aber auch wieder platzsparend verstaut werden können.

Fazit: Produktives Wohlfühlen

Zentrales Anliegen bei der Gestaltung eines Büroumfeldes der Zukunft muss es sein, eine hochvernetzte, räumlich und zeitlich flexibilisierte Arbeitsorganisation abzubilden, die sich an den individuellen Lebenskontexten orientiert und damit zu einer Steigerung von Innovationskraft, Effizienz und Effektivität

beiträgt. Deshalb ist die Gestaltung von Arbeitswelten ein wichtiges Managementinstrument.

Erklärte Mission der Sedus Stoll AG ist es, das Arbeiten im Büro jederzeit zum gewinnbringenden Erlebnis zu machen – zum Wohle der Unternehmen und der Mitarbeiter.

Kurz vorgestellt

Das 1871 gegründete Unternehmen richtet vom Empfang über Einzel-, Kombi- und Großraum- bis hin zum Chefbüro komplette Organisationen ein. Dabei wird sowohl den Regeln moderner Arbeitsplatzgestaltung, hohen Ansprüchen an die Ergonomie als auch individuellen Kundenwünschen Rechnung getragen. Zu den Produkten der Marke Sedus zählen Büro- und Bürositzmöbel, Konferenz- und Seminarmöbel, Objektmöbel für Empfangsbereiche, Kantinen, Pausenzonen und Großräume. Das Waldshuter Unternehmen mit zehn europäischen Tochtergesellschaften exportiert weltweit in über 50 Länder.

Immer wieder hat der Komplettanbieter für Büroausstattung in der Ergonomie, den Fertigungsverfahren und der Ökologie Maßstäbe gesetzt und verleiht der Lebenswelt Büro neue und zeitgemäße Inhalte. Mit zahlreichen Großinvestitionen der vergangenen Jahre in seine beiden Produktionsstandorte Dogern und Geseke bekennt sich Sedus klar zum „Made in Germany“.

Sedus Stoll AG

Dorothea Scheidl-Nennemann
Public Relations Manager
dorotheascheidl@sedus.de
www.sedus.de





Stroh – das neue Gold am Bau?

Rumpelstilzchen hat Stroh zu Gold gesponnen. Das klappt leider nur im Märchen – aber Stroh erlebt eine Renaissance und man kommt damit hoch hinaus. Dies beweist ein fünfstöckiges Haus in Verden. Rumpelstilzchen lässt grüßen.

Von Nicole Paul und Sabine Kirchner



Fotos: unten: © NZfB, rechts: © Stroh unbrautig

Woran denken Sie bei Stroh? Vermutlich an Strohhütten in Afrika, Strohdächer und Schilfdächer an der Küste, Kuhställe und Misthaufen, Stroh im Kopf oder vielleicht auch das besungene, romantische Bett im Kornfeld. Unser Bericht kann das vielleicht ändern, denn sucht man ein Baumaterial, das regional, kostengünstig, leicht zu verarbeiten und zu entsorgen ist sowie Spitzenwerte in der Ökobilanz hat, dann kommt man auf das Bauen mit Strohballen.

Ballen als Bausteine

In den holzarmen Gebieten von Nebraska (USA) entstanden im Zuge der Verbreitung erster mechanischer Ballenpressen bereits ab 1880 die ersten Strohballenhäuser. Diese wurden in lasttragender Bauweise errichtet, bei der die Ballen als überdimensionale Mauersteine fungieren und Dach und Decken tragen. Nachdem das goldgelbe Material im letzten Jahrhundert als Baustoff ziemlich aus der Mode kam, gibt

es seit den 1970er-Jahren eine Renaissance des Strohballenbaus. Heute findet man Strohballenhäuser weltweit in vielen Ländern. Eines der ältesten europäischen Beispiele steht in Montargis in Frankreich, rund 100 Kilometer südlich von Paris. 1921 erbaut, ist es nach wie vor sehr gut erhalten und wird vom französischen Strohbauverband genutzt. Im Jahr 2002 gründete sich der Fachverband Strohballenbau Deutschland e.V. (FASBA). 2006 gelang es Akteuren des Verbandes, eine allgemeine bauaufsichtliche Zulassung für Baustrohballen als Wärmedämmstoff zu erwirken. Die Ballen müssen dabei als Ausfachung in Holzständerkonstruktionen oder als Verkleidung tragender Strukturen wie zum Beispiel vor Mauerwerk zum Einsatz kommen. Die lasttragende Bauweise und das direkte Verputzen, das sich in der Praxis bereits weltweit bewährt hat, bedarf hierzulande noch der Einzelfallgenehmigung. In Deutschland existieren derzeit über 200 Strohballenbauten.





Lastragende Bauweise (links) und Holzständerkonstruktion (rechts). Quelle: D. Scharmer / FASBA

Eigenschaften von Stroh als Baumaterial

Stroh, eines der wichtigsten landwirtschaftlichen Nebenprodukte, spielt zum Ausgleich der Humusbilanz des Bodens und als Einstreu in der Tierhaltung eine wichtige Rolle und lässt sich hervorragend als Baustoff nutzen. Da Strohballen in der Landwirtschaft ohnehin anfallen, benötigen sie so gut wie keinen zusätzlichen Herstellungsaufwand. Dies macht sie zu einem äußerst preiswerten und energieeffizienten, nachhaltigen Baustoff. Dazu trägt der Umstand bei, dass Stroh direkt verputzt werden kann, man also keinen zusätzlichen Putzträger benötigt. Vorteilhaft sind auch Aspekte der regionalen Wertschöpfung im ländlichen Raum und die Möglichkeit, Strohbaustoffe mit vielen weiteren Naturbaustoffen zu einem ganzheitlichen Baustoffkonzept zu verbinden.

Schädlinge bleiben draußen

Stroh benötigt keine Zusatzstoffe gegen den Befall durch Nagetiere, Motten und Schimmelpilze, auch keine synthetischen Stützfasern oder Flammschutzmittel. Wegen des niedrigen Nährstoffgehaltes stellt Stroh auch keine Futterquelle für Nagetiere dar. Grundsätzlich legen solche Tiere in Dämmschichten gerne ihre Behausungen an; übrigens nicht nur in Natur-, sondern auch in konventionellen Dämmstoffen. Aber ein fachgerechter Einbau bietet Schutz gegen das „Bewohnen“ durch Marder, Mäuse, Ratten und andere Kleinsäuger. Die Wärmeleitfähigkeit von Strohballen liegt bei $0,052 \text{ W/m}\cdot\text{K}$. Stroh ist damit zwar nicht der Spitzenreiter unter den Naturdämmstoffen, aber dank der dickeren Abmessungen der Ballen und demzufolge auch der Wände können strohgedämmte Häuser Passivhausanforderungen genügen. So werden Strohballen vielleicht doch noch zu Goldbarren – zumindest beim Hausbau.

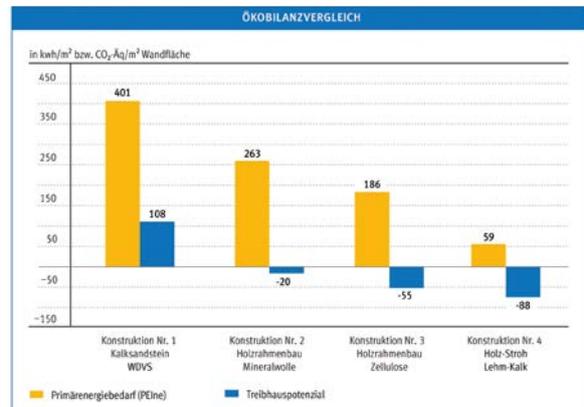
Stroh im Neubau

Das Norddeutsche Zentrum für Nachhaltiges Bauen (NZNB) in Verden an der Aller will die Vorteile des Strohballenbaus anhand von zwei Gebäuden demonstrieren und dem Material damit zum Marktdurchbruch verhelfen. Als erstes steht ein fünfgeschossiges Büro- und Ausstellungsgebäude in Holzständerbauweise mit Strohdämmung kurz vor der

Fertigstellung. Es soll zeigen, dass die Strohballenbauweise für Mehrgeschossiger der Gebäudeklasse 4 geeignet ist. Das zweite Gebäude mit zwei Stockwerken soll ein Seminar- und Tagungshaus werden. In Verden wurden geschosshohe Holzelemente in einer Halle dicht bei der Baustelle mit Stroh gedämmt und teilverputzt vorgefertigt. Dies dient dem Witterungsschutz bei der Fertigung und ermöglicht die kurzen Aufstellzeiten des Holzrahmenbaus. Der hohe Vorfertigungsgrad macht das Bauen mit Stroh damit noch wirtschaftlicher und auch für die konventionelle Bauwirtschaft interessant.

Die Ökobilanz von Stroh

Bei gleicher Dämmqualität eines guten Passivhausstandards benötigt eine mit Lehm- und Kalkputz verkleidete strohgedämmte Wand für ihre Herstellung lediglich einen nicht erneuerbaren Primärenergiebedarf von etwa 59 kWh/m^2 , eine herkömmliche Kalksandsteinwand das Sechsfache: 401 kWh/m^2 , eine mineralfasergedämmte Holzrahmenwand mehr als das Vierfache: 263 kWh/m^2 und eine übliche zellulosegedämmte Holzrahmenwand etwa das Dreifache: 186 kWh/m^2 . Nicht eingerechnet in diese Bilanz ist der Rückbau der Gebäudeteile. Die Rückführung von Stroh, Lehm und Kalk in die natürlichen Stoffkreisläufe verläuft ohne zusätzlichen Energieaufwand. Dies ist bei einer Kalksandsteinwand mit Wärmedämmverbundsystem nur mit hohem Energieeinsatz möglich.



Vergleich von vier Außenwänden mit einem U-Wert von $U=0,10 \text{ W/(m}^2\cdot\text{K)}$.

Es brennt nicht lichterloh ...

Die Entflammbarkeit von gepresstem Stroh ist aufgrund des Silikatgehaltes von Natur aus gering. Mit einer mindestens 8 mm dicken Lehmputzschicht fällt es sogar in die Kategorie „schwer entflammbar“ (nach europäischer Normung B-s1,d0 nach DIN EN 13501-1, eine Stufe besser als baurechtlich gefordert). Der gewerblich genutzte Fünfgeschosser in Verden erfüllt hohe Brandschutzanforderungen: Die Bauteile bzw. ihre Brandschutz-Verkleidungen müssen offenem Feuer 60 Minuten Widerstand leisten (hochfeuerhemmend), ohne dass die darunter liegenden Materialien sichtbare Brandeinwirkungen aufweisen. Das Stroh darf sich nicht einmal verfärbt haben. Für die strohgedämmten Außenwände gelang diese Verkapselung mit einem speziell für dieses Bauvorhaben entwickelten, außen aufgetragenen Kalkputz; die Innenseite wurde mit OSB-Platten ausgesteift und mit Gipsfaserplatten und Lehmputz verkleidet.

... und kostet nicht die Welt

Zu den Kosten befragt, sagt der Geschäftsführer des NZNB, Christian Silberhorn: „Würde der Energieaufwand zur Herstellung von Gebäuden bei allen Bauweisen einheitlich eingepreist, also inklusive des Aufwandes für die Herstellung der Baustoffe, hätte der Strohhallenbau große Wettbewerbsvorteile. Ein konventioneller Neubau mit hohem Betonanteil,

Ziegel- oder Kalksandsteinen und einer Dämmung aus EPS (expandiertes Polystyrol, bekannt als Styropor, Anm. d. R.) verbraucht bereits zur Herstellung von Baustoffen und Gebäude so viel Energie wie unsere Bauwerke plus einer 40-jährigen Betriebsdauer.“ Noch aber gingen Energiekosten höchst unterschiedlich in die verschiedenen Materialpreise und damit in die Baukosten ein, da zum Beispiel Industrie und Mittelstand nicht die gleichen Strompreise zahlten, erklärt Silberhorn. „Solange dies noch der Fall ist, liegen die Kosten von ökologischen Bauwerken aus nachwachsenden Rohstoffen rund fünf bis zehn Prozent höher als die Kosten konventioneller Neubauten“, schätzt er. Für die beiden Gebäude in Verden sind aufgrund der Grundlagenforschung, des Demonstrationscharakters und des hohen Genehmigungsaufwandes viele „Pionier-Kosten“ angefallen. Dafür wird das Bauprojekt – neben einem beträchtlichen Eigenanteil – mit rund 4,4 Millionen Euro aus unterschiedlichen öffentlichen Fördertöpfen mitfinanziert. „Wir hoffen, dass sich die hier geleistete Pionierarbeit auszahlt, indem wir viele Nachahmer für derart nachhaltige Bauprojekte finden“, meint Silberhorn.

Stroh in der Sanierung ...

In Deutschland wird die Strohdämmung vor allem in Neubauten in Holzständerbauweise eingesetzt. Bei Altbauten galt bislang die Regel, dass der erhöhte konstruktive Aufwand eine Stroh-



**BESTES PRODUKT
DES JAHRES 2014
GRUNDFOS ALPHA2**



PLUS X AWARD®

Herausragende Energieeffizienz und Qualität sowie eine ausgeprägte Benutzerfreundlichkeit: Diese Kriterien haben die Plus X Award-Jury überzeugt. Zusätzlich wurde die ALPHA2 mit dem Preis „Bestes Produkt des Jahres 2014“ in der Kategorie Gebäudetechnik ausgezeichnet.

www.grundfos.de



be
think
innovate

GRUNDFOS



Stroh Häuser in Holzständerbauweise: Die Bauteile können bequem und wettergeschützt in der Halle vorgefertigt und auf der Baustelle zusammengesetzt werden.

forum Filmtipp

Moderner Strohballenbau – Stroh im Kopf Teil 2.



Vor 10 Jahren dokumentierte der Film „Stroh im Kopf“ den Bau und Bezug eines Strohballenhauses. Familie Schier, die heute noch darin wohnt, ist glücklich in dem Haus und würde jederzeit wieder so bauen. Susanne Schier ist in dem Haus ihre Allergien und Atemwegserkrankungen losgeworden. Der neue Film besucht alte Strohballenhäuser und überprüft, wie sich diese über die Jahre bewährt haben. Darüber hinaus werden aktuelle Baustellen besucht und der neueste Stand der Forschung vorgestellt.

Der Film berichtet vom zertifizierten Bauprodukt „Baustrohballen“, vom lasttragenden Strohballenbau und vom Besuch eines preisgekrönten Strohballen-Architekten in der Schweiz. Er zeigt wie die Teilnehmer eines Strohballenbau-Workshops in einer Woche die Wände eines Hauses bauen und dabei nicht nur sichtlich viel Spaß haben, sondern ein exzellent gedämmtes Strohballen-Einfamilienhaus erstellen, das die aktuelle Energie-Einsparverordnung um 60 Prozent unterschreitet. Als krönender Abschluss wird der Bau des bisher größten Strohballenhauses Deutschlands in Verden dokumentiert.

„Moderner Strohballenbau – Stroh im Kopf Teil 2“ – ist eine spannende und informative Reise durch die Strohballen-Landschaft Deutschlands. Wer diesen Film sieht, möchte sofort loslegen und sein eigenes Haus oder Firmengebäude aus Stroh erstellen.

Regie & Produktion: Heidi Snel / ÖKOFILM

80 Min. inkl. 4 Bonus-Clips

Schutzgebühr EUR 5,00

Online-Shop URL: www.oekofilm.de

Trailer zum Film: <http://www.youtube.com/watch?v=2Jhgu7IGeYI>

dämmung unwirtschaftlich macht. Ein ambitioniertes Projekt, die Alte Brauerei in Schwerin, soll das Gegenteil beweisen. Die ausführende Schweriner Schelfbauhütte hat sich auf das ökologische Sanieren von Altbauten spezialisiert. Die maximale Wiederverwendung vorhandener Baustoffe und der Einsatz von ökologischen Materialien wie Holz, Zellulose, Lehm, Hanf und seit kurzem Stroh gehören zum Konzept. Seit 2012 arbeiten die Schweriner an ihrem bislang umfangreichsten Projekt: Auf dem Gelände einer früheren Brauerei entsteht ein modernes Quartier für Wohnen, Arbeiten und Kultur. 22 bis zu 100 Jahre alte Backsteingebäude und Industriebauten sollen in den nächsten Jahren auf dem seit der Wende leerstehenden 37 Hektar großen Areal saniert werden. Anfang April konnte das erste fertiggestellte Objekt, ein ehemaliges Verwaltungsgebäude aus Porenbeton, bezogen werden. Es erhielt eine Außendämmung aus Strohballen, die auch für die meisten anderen Gebäude vorgesehen ist. Insgesamt sollen auf 25.000 Quadratmetern Fassaden- und Dachflächen 66.000 Quaderstrohballe mit einer Tiefe von jeweils 36 cm verbaut werden – dies ist das kleine, heute in der Landwirtschaft kaum noch verwendete Strohballen-Maß. Die Dicke reicht, um die Gebäude der Alten Brauerei auf Passivhaus-Standard zu bringen.

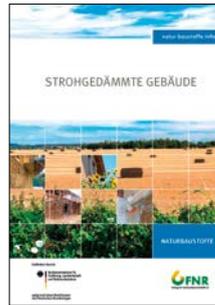
... braucht Innovationen und gutes Wetter

Für einen Einsatz ökologischer Materialien in der geplanten Größenordnung sind ökonomische Mittel und Herstellungsmethoden erforderlich. Deren Entwicklung gehört zu den Zielen der Schweriner. In der Praxis bedeutet dies bei Baustroh vor allem eine Optimierung des bislang relativ zeitaufwendigen Einbauverfahrens. Dafür hat die Schelfbauhütte spezielle Halter aus Recycling-Kunststoff entwickelt, die einen hohen Vorfertigungsgrad und eine einfache Verdichtung der Ballen ermöglichen. „Die wirtschaftliche Nachbetrachtung des ersten Objektes zeigt, dass die Baustrohballendämmung in Kombination mit den Baustrohballenhaltern in etwa preisgleich mit Zellulosedämmung ist“, erklärt Ulrich Bunnemann, Investor



Die Außenhaut kann verputzt oder mit Holz beplankt werden.

künftig besser einsetzbar ist, und sie wollen auch selbst bei einigen Gebäuden auf dem Brauerei-Gelände von innen dämmen. Eine Einschränkung betrifft schließlich noch das Wetter: Baustroh darf nur im trockenen Zustand eingebaut werden. Dies erfordert Regenschutz auf der Baustelle und einen guten Draht zu Petrus. ■



Die Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNR) fördert Forschung, Entwicklung und Öffentlichkeitsarbeit rund ums Thema. Die aktuelle Broschüre „Strohgedämmte Gebäude“ erhalten Sie kostenlos zum Download oder Bestellen auf mediathek.fnr.de. Weitere Infos der FNR zum Bauen mit nachwachsenden Rohstoffen: <http://baustoffe.fnr.de/>.

und Architekt der Alten Brauerei. Damit würde Stroh zu den günstigsten ökologischen Dämmstoffen überhaupt gehören. Bei allen Vorteilen, die Stroh in punkto Nachhaltigkeit, Bauphysik und Wirtschaftlichkeit mitbringt, stellt sich die Frage, ob es auch Nachteile oder Einschränkungen gibt. Bunnemann erklärt dazu: „Baustroh bekommt man nicht im Baustoffhandel. Es muss rechtzeitig bestellt werden, denn die Lieferung ist nur einmal im Jahr zur Erntezeit möglich. Auch muss man die Ernte, soll sie das Jahr über verbaut werden, lagern.“ Platzbedarf besteht nicht nur für das Lager, sondern auch für den Einbau selbst: Aufgrund der Ballenabmessungen werden strohgedämmte Wände relativ dick. Dadurch scheidet der Baustoff in allen Fällen aus, wo dieser Platz nicht vorhanden ist, also z.B. häufig bei der Innendämmung. Die Schweriner haben sich deshalb vorgenommen, den Dämmstoff vom Acker so weiterzuentwickeln, dass er auch in diesem Bereich

Weitere Infos

Gernot Minke und Benjamin Krick

Handbuch Strohballebau: Grundlagen, Konstruktionen, Beispiele, ökobuch Verlag

Herbert Gruber, Helmuth Santler und Astrid Gruber

Neues Bauen mit Stroh in Europa, ökobuch Verlag

www.fasba.de (Fachverband Strohballebau Deutschland e.V.)

www.stroh-unlimited.de

www.strawbalehouse.de

www.baustroh.de

www.baubiologie.at

www.shaktihaus.de

www.oekologisch-bauen.info

www.nzn.de

www.schelfbauhuetten.de

www.atelierwernerschmidt.ch

Kalk- und
Lehmfarben

**Natürliche
Schimmel-
prävention
zahlt sich aus**

Jetzt auf
www.LEINOS.de
informieren!

- feuchtigkeitsregulierend
- schimmelvorbeugend
- atmungsaktiv
- geruchsneutral
- ideal für Allergiker
- über 1000 Farbtöne (Mix)



Reincke Naturfarben GmbH
Rudolf-Diesel-Str. 4 / 21814 Buxtehude
Tel.: +49 (0) 4181 89549

Naturharzdispersionen · Kalkfarben · Lehmfarben · Silikatfarben · Caseinfarben · Streich- und Rollputze

Waldinvestments

Wer nicht aufpasst, ist schnell auf dem Holzweg

Von Beatrix Boutonnet

Magere Renditen auf den Kapitalmärkten und die schwelende Inflationsangst machen Sachwertinvestitionen wie Waldinvestments wieder spannend. Doch nicht immer gehen Ökologie und Rendite dabei Hand in Hand. Etliche Waldinvestments, vor allem über die Fondsschiene, sind hochspekulativ. Auch wenn grünes Gewissen, hohe Renditen und Sicherheitsversprechen locken, sollten Anleger immer ganz genau hinschauen.

Die Zukunft ist grün – zumindest in der Theorie. Seit Sir Nicolas Stern auf 700 Seiten der Welt vorgerechnet hat, wie viel die Erderwärmung kostet, hat Ökologie Hochkonjunktur. Besonders spannend wird das Thema, wenn auch noch die

Rendite stimmt, wie das derzeit bei Holz der Fall ist. Durch die weltweit schwindenden natürlichen Wälder und den Rohstoffhunger der BRIC-Staaten steigt der Preis. Sie lechzen nach Baumaterial. Besonders China, das seine eigenen Wälder stark gerodet hat und nun die ökologischen Folgen spürt, schränkte das Abholzen der eigenen Wälder stark ein. Die Konsequenz: Es muss aus dem Ausland zukaufen. Allein in Deutschland vermeldete das statistische Bundesamt Ausfuhren von Buchenrohholz nach China mit über 330.000 Tonnen in 2012. Für diese Menge muss etwa ein Areal von 2.400 Fußballfeldern Buchenwald kahl geschlagen werden. Ein Ende ist nicht in Sicht.





Megatrend Rohstoffe

Der Rohstoff-Hunger wird bleiben, glauben Experten. Neben Energie, Klimawandel, Wasser, Infrastruktur, Nano- und Biotechnologie etablieren sich Rohstoffe weiterhin als Megatrends. In nachwachsendes Kapital zu investieren, klingt daher verlockend – besonders, wenn es um einen so traditionsreichen Rohstoff wie Holz geht. Nicht nur, dass das Investment nachhaltig ist und daher im Trend liegt, das Kapital wächst auch mit jedem Jahresring noch an, selbst in wirtschaftlich schlechten Zeiten. Wald wird daher zunehmend zur Wertanlage.

die ihre Gelder langfristig – oft über Generationen – stabil anlegen wollen. Für Anleger, die nicht in diese Kategorie fallen, gibt es am Markt längst viele Alternativen über indirekte Anlageformen. So können Sie über Fonds und Zertifikate in Wald investieren, aber auch Forst-Aktien oder Wertpapiere von forstnahen Firmen erwerben.

Ökologie und Ökonomie in perfekter Harmonie?

Bei Waldinvestments trifft Ökologie auf hohe Rendite – zumindest in der Theorie. Doch die Praxis sieht anders aus, sind Wirtschaftlichkeit und Ökologie doch oft zwei sehr

„Wenn eine hohe und überdurchschnittliche Rendite bei kurzen Laufzeiten versprochen wird, sollte man schon stutzig werden.“

Christof Lützel, Bankbetriebswirt, Prokurist und Pressesprecher der sozial-ökologischen GLS Bank

Doch einen Wald kaufen kann nicht jeder. Wer sich selbst einen Forst zulegen möchte, benötigt dafür das nötige Kleingeld – und Zeit und Möglichkeiten, sich um die Bewirtschaftung zu kümmern. Als Faustregel gilt: Bei Eigenbewirtschaftung sollte der Wald eine Größe von mindestens 75 Hektar haben. Bei kleineren Waldflächen stimmt nämlich das Verhältnis der Kosten zu den Erträgen nicht mehr. Wer einen Forst aber richtig bewirtschaftet, kann im Jahr durchaus mehrere tausend Euro Ertrag erzielen. Es sei denn, es ereilen ihn eine der drei großen Gefahren eines Forstes: Brand, Sturm oder der Borkenkäfer. Diese Direktinvestments in Wälder werden aufgrund der hohen Summen meist von reichen Familien, Family Offices oder institutionellen Fonds getätigt,

ungleiche Brüder. In der Vergangenheit tummelten sich immer wieder schwarze Schafe am Markt, die viel Anlegergeld verbrannten. Mit Aussagen wie „Holzinvestments sind gut für Umwelt und Geldbeutel“ locken viele Waldfonds-Anbieter in ihren Werbeproschüren. Hohe Renditeversprechen von acht bis zwölf Prozent sind dabei keine Seltenheit. Anbieter greifen dabei gerne zu Waldinvestments im Ausland: Rumänien, Costa Rica, USA, Ecuador oder Paraguay stehen ganz oben auf ihren Einkaufslisten. In den Tropen würden die Bäume eben schneller wachsen als bei uns, begründen sie ihre Kalkulation. Das stimmt durchaus. Was dabei in den Hintergrund tritt, sind die massiven rechtlichen Risiken in vielen Ländern wie Mittel- und Südamerika.

Fotos: links und Mitte: © Querdenker GmbH

Sprachbarrieren, Währungsrisiken und andere Steuergesetze machen die Investments oft hochspekulativ. Die Märkte sind zudem oft wenig transparent, die politischen und wirtschaftlichen Risiken hoch. Stimmen bereits die wirtschaftlichen Rahmendaten nicht, sollte man die Finger von dem Investment lassen, raten Experten. Zudem gibt es noch eine Reihe biologischer und klimatischer Risiken, wie zum Beispiel Schädlinge, Waldbrände, Überflutungen und Dürre. Die Frage der Zuverlässigkeit der Partner vor Ort bei der Bewirtschaftung und Pflege der Flächen ist ebenfalls ein kritischer Punkt. Nicht vergessen sollten Anleger, dass vor allem vier Faktoren maßgeblich die Rendite bei Waldinvestments steuern: die Erträge des Holzeinschlags, die Erträge des Baumbestandes, die Fondsgebühren und die Preisentwicklung von Grund und Boden. Darüber sollte man sich vor dem Investment schlau machen oder konkret beim Investor nachfragen, denn gerade der Abnahmemarkt für Holz ist oft starken Schwankungen unterworfen. Der NCREIF Timberland Returns Index gibt beispielsweise die Renditen für Waldinvestments in den USA wieder.

Drum prüfe wer sich ewig bindet

Ein weiterer Haken für Privatanleger: Die meisten Waldfonds haben eine sehr lange Laufzeit. Das bedeutet: Es zeigt sich oft erst 15 bis 20 Jahre später, ob die Fonds die versprochene Rendite tatsächlich erwirtschaften. Erst beim Holz-Verkauf sieht man den Ertrag, vorher gibt es wenig Ausschüttung und wenn, dann nur aus dem Verkauf von Klimazertifikaten. Nicht zu unterschätzen sind auch die weichen Kosten. Das sind beispielsweise Managementgebühren, die anfallen, weil das Investment über einen Fonds abgewickelt wird. Sie sind bei Waldfonds in der Regel relativ hoch. Einen genauen Blick sollten die Anleger auch auf die Unternehmen werfen, denen sie ihr Geld anvertrauen, und prüfen, wie die Ergebnisse der Vergangenheit waren und was sie an Wäldern und Plantagen bereits gekauft haben. Ein Blick in die Leistungsbilanz hilft dabei weiter. Sie muss beim Initiator angefordert werden. Auch die Anlageform sollte bedacht werden. Diese ist oft von Anbieter zu Anbieter sehr unterschiedlich, mit entsprechend anderen Risiken belegt und daher schon von den Geschäftsmodellen her schwer vergleichbar. Bei den einen wird in

Wie grün sind Waldinvestments?

Aktuelle Studie von OroVerde und Global Nature Fund.



Wald ist gut zu vermarkten. Er liefert schöne Bilder von dichtem, grünem Baumbestand und Lebensraum für viele seltene und spektakuläre Arten. Monokulturen hingegen sehen eher aus wie Baumfabriken. Biodiversität und schöne Tiere: Fehlanzeige. Global Nature Fund und die Tropenwaldstiftung OroVerde haben sechs Waldinvestmentprodukte vor Ort besucht und ökologische und soziale Aspekte begutachtet. Die Ergebnisse zeigen Verbesserungspotenzial in Sachen Nachhaltigkeit.

Bevor ein Waldinvestmentprodukt entwickelt wird, sollten der Zustand der Biodiversität auf der Projektfläche und in den umgebenden Gebieten erhoben sowie Wasserflächen genau kartiert werden. Diese Daten sind die Basis für die Entwicklung von Maßnahmen und helfen, negative Auswirkungen auf die Umwelt zu vermeiden.

In vier Fällen wurden Flächen mit hohem Schutz- oder Naturwert von der Nutzung ausgenommen. Bei einem Anbieter wurden Schutzgebiete nicht beachtet und die Forst-Plantage sogar in einem ausgewiesenen Naturschutzgebiet angelegt. Das gleiche Unternehmen hat an einer anderen Stelle Flächen, auf denen gesetzlich geschützte Arten

vorkommen, bepflanzt. Nur in einem Fall hat ein Projektbetreiber freiwillig wirtschaftlich relevante Flächen aus Naturschutzgründen von der Nutzung ausgenommen. Ähnliches gilt für die Einhaltung der Pufferzonen rund um Wasserkörper: In zwei Fällen erfolgte eine Bewirtschaftung innerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Pufferzone zum Wasserkörper, während andere Unternehmen sogar Pufferzonen einhielten, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

Oberste Priorität sollte sein, dass ein Waldinvestment-Projekt die existierende Flora und Fauna nicht beeinträchtigt. Für den Aufbau eines naturnahen Waldes ist es wichtig, dass die eingesetzten Arten standortgerecht sind und bei der Planung auf Konnektivität von Habitaten wichtiger Arten geachtet wird. Negative Auswirkungen bei Durchforstung, Bodenbearbeitung oder Ernte gilt es genauso zu vermeiden, wie Pestizide und Herbizide.

In der Praxis werden vor allem exotische, teilweise sogar invasive, also sich verbreitende Arten gepflanzt. Auch die Nutzung von chemischen Bioziden und Düngern ist weiter verbreitet als gedacht.

Die Publikation „Waldinvestments – Artenreichtum oder Rendite?“ gibt Handlungsempfehlungen für Anbieter, um Waldinvestments ökologisch und sozial zu verbessern. Interessierte Anleger können damit kritisch nachfragen, was sich hinter den schönen Bildern der Werbung wirklich verbirgt.

Sie können die Studie kostenlos herunterladen oder bestellen auf:

www.globalnature.org/waldinvestments und www.oroverde.de/projekte-national/waldinvestments.html

Das Projekt zu Waldinvestments wird durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit gefördert.

bestehende Wälder investiert, während die anderen auf Plantagen setzen, die abgeholzt und wieder aufgeforstet werden.

Anleger aufgepasst!

- je höher die Rendite, desto höher ist das Risiko. In Europa liegen die Renditen zwischen vier und sieben Prozent, in Südamerika werden oft zweistellige Renditen versprochen. Das Risiko ist dort deutlich höher.
- Die Fondskosten (weiche Kosten) können sehr hoch sein. Mehr als 15 Prozent sind kritisch zu hinterfragen, müssen sie doch erst noch erwirtschaftet werden, bis das Investment Geld abwirft.
- Schlüsselkriterien bei Waldfonds sind: Marktbedingungen, Management vor Ort und Eigentumsrechte. Diese sind gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern von Deutschland aus schwer einzuschätzen und entsprechend risikoreich.
- Viele Waldfonds sind geschlossene Fonds. Sie haben oft eine lange Laufzeit von 20 Jahren und mehr. Brauchen Sie früher das Geld, sind liquidere Anlageformen, wie grüne Investmentfonds, die Sie täglich an der Börse verkaufen können, günstiger.
- Wählen Sie Waldinvestments nur aus, wenn es Ihrer Risikoneigung entspricht. Sie sollte in diesem Fall hoch sein. Geschlossene Fonds (Risikoklasse 7, d.h. auch ein Totalverlust des Kapitals ist möglich) sollten nicht mehr als 10-15 Prozent Ihres Gesamtvermögens ausmachen. Sie müssen im Notfall auf diesen Betrag auch verzichten können.
- Lesen Sie die Unterlagen – vor allem Prospekt und Leistungsbilanz. Zeichnen Sie die Geldanlage nur, wenn Sie sie auch wirklich verstehen.

Manche Anbieter bauen auch noch zusätzliche Produkte wie z.B. Ingwer auf den Waldflächen an. In Summe kann sich das Investment in Holz angesichts der steigenden Nachfrage durchaus lohnen; ob es allerdings ein Investment für Kleinanleger ist, muss angesichts der Ergebnisse der Vergangenheit stark hinterfragt werden. Zwar ist durch die Regulierung etlichen schwarzen Schafen ein Riegel vorgeschoben worden, dennoch gilt es genau hinzuschauen. Es gibt durchaus auch bei Waldfonds gute und seriöse Angebote. Deren Initiatoren klären die Anleger immer über die Risiken dieser stark unternehmerisch geprägten Anlageform genau auf. Aber auch wenn die ethischen und ökologischen Ansprüche von Wald- und Ökofondanbietern korrekt sind – vielen Investoren geht es nicht primär um die Kapitalvermehrung mit gutem Gewissen oder den ökologischen Anspruch, vielmehr zählen hohe Renditen ohne Rücksicht auf die Natur. Deshalb: Ethische Anlagen und verantwortungsbewusste Anleger braucht das Land. ■

BEATRIX BOUTONNET

Wirtschaftsjournalistin im Bereich Finanzen/Fonds wollte ursprünglich Biologin werden und die Prägeversuche von Konrad Lorenz erforschen, doch ihre Begeisterung für Themen aus der Wirtschaft setzte sich durch. Die Diplom-Betriebswirtin (FH) hat in München und Toulouse studiert. Ökologithemen in Verbindung mit der Wirtschaft liegen ihr aber immer noch besonders am Herzen. 2007 erhielt sie den Deutschen Journalistenpreis.



zeo₂

Das Umweltmagazin

zeo₂ ist das politische Umweltmagazin der taz.

ENERGIE • VERKEHR • **RESSOURCEN** • BRUTTOSOZIALGLÜCK
 CEN • **ENERGIE** • ÖKO-STRATEGIEN • LEBENSSTILE • RESSO
 ERKEHR • RESSOURCEN • NACHHALTIGKEIT • **KLIMA** • EN
 EN • LEBENSSTILE • **ÖKO-STRATEGIEN** • KLIMA • VERKEH
 • **VERKEHR** • NACHHALTIGKEIT • ÖKO-STRATEGIEN • LEBEN
 • ENERGIE • RESSOURCEN • **NACHHALTIGKEIT** • LEBENSSTILE
 STRATEGIEN • NACHHALTIGKEIT • VERKEHR • **LEBENSSTILE** • KLIM
 EN • VERKEHR • **BRUTTOSOZIALGLÜCK** • ENERGIE • LEBENS

DAS LEITMEDIUM ZUR ÖKOLOGISCHEN DEBATTE ERSCHEINT VIERMAL IM JAHR.
 EIN JAHRESABO KOSTET 22 EURO, EINE EINZELNE AUSGABE AM KIOSK 5,50 EURO.



Das Team von Ampyx Power konnte für seine Geschäftsidee dreimal so viel Geld einsammeln, wie ursprünglich benötigt. Ihre Entwicklung erzeugt Energie durch Auftriebskräfte des Flugzeugs (PowerPlane), die in Zugkraft und anschließend in Strom umgewandelt werden.

Crowd Champions

Oneplanetcrowd, die erste Crowdfunding-Plattform für nachhaltige und soziale Start-ups, konnte in nur 1,5 Jahren über zwei Millionen Euro einsammeln und ist damit Marktführer in Holland. Die Gründer, Laura Rooseboom und Coenraad de Vries, möchten die Erfolgsstory in Deutschland fortsetzen. **forum** fragte nach ...

Coenraad, was war Dein Motiv, eine Crowdfunding Plattform zu gründen?

Mit unserer Investmentgesellschaft Start Green haben wir den Erfolg von Kickstarter, einer US-amerikanischen Crowdfunding Plattform, sehr genau verfolgt. Unser Investmentfokus liegt auf Green-Biz, also Unternehmen mit einer technologisch nachhaltigen Innovation. Da wir nur wenige Fonds mit sehr spezifischen Kriterien zur Verfügung haben, konnten wir vielen Entrepreneuren keine Förderung zusagen und mussten somit viele exzellente Geschäftside-

en abweisen. Zeitgleich erfuhr Kickstarter, die das Reward Modell anbietet, eine unglaubliche Dynamik. Bei diesem Modell präsentiert der Entrepreneur sein neues Produkt und verkauft es durch Crowdfunding vor. Dieser Ansatz war interessant für uns, da er für die Niederlande neu war, einer Menge Entrepreneuren helfen konnte, ihre Ideen zu verwirklichen, und ein sehr einfacher Weg ist zu testen, ob das Produkt für den Endkonsumenten interessant ist. Von der Idee zur Gründung von Oneplanetcrowd war es dann nur noch ein kleiner Schritt.



Snappcar Gründer Victor van Tol (links) & Pascal Ontijd (rechts)

Laura, welche Art von Projekten werden auf Oneplanetcrowd präsentiert?

Oneplanetcrowd unterstützt sozial und ökologisch engagierte Entrepreneurinnen, die mit ihren Projekten einen echten Impact für unsere Umwelt leisten wollen. Da Konsumenten wissen wollen, wo Produkte herkommen, wie sie hergestellt wurden und was der ökologische Footprint ist, bieten wir eine Plattform, die diese Konsumenten direkt mit Entrepreneurinnen verbindet, und helfen ihnen so, durch ihr Investment zu beeinflussen, welche Produkte auf den Markt kommen.

Was sind die Vorteile von Crowdfunding gegenüber traditionellen Finanzierungsmethoden?

Neben der Unabhängigkeit von Banken ist es ein großartiger Weg, ein Produkt vorab zu verkaufen und eine Menge Aufmerksamkeit zu erhalten. Zudem kann ein erfolgreiches Crowdfunding auch Folgeinvestitionen durch Venture Capital Gesellschaften, Business Angels oder später auch Banken nach sich ziehen. Das dient gleichzeitig als „proof of concept“ und schafft eine Menge Vertrauen bei potenziellen Investoren. Trotzdem sehen wir Crowdfunding nicht als konkurrierendes Modell zu den traditionelleren Finanzierungsmethoden, sondern vielmehr als eine wertvolle Ergänzung.

Welche Art von Crowdfunding bietet Oneplanetcrowd an?

Neben unserem Reward-Modell ermöglicht Oneplanetcrowd, in den Niederlanden Darlehen und konvertierbare Darlehen zu erhalten. In diesem Modell haben Interessenten die Chance, das ausgegebene Darlehen in Anteile eines schnell wachsenden Unternehmens zu konvertieren. Beispielsweise kann die Crowd ihr Darlehen in Anteile umwandeln lassen, wenn ein sogenannter „Follow-up“ Investor einsteigt. Dies geschieht über einen Trust. Die Crowd erhält sogar noch einen 30 Prozent Discount, d.h. für sie kostet der Anteil 30 Prozent weniger als für den „Follow-up“ Investor. Eine äußerst faire und attraktive Lösung, da ein höheres Risiko auch höhere potenzielle Gewinne bedeutet. Das konvertierbare Darlehen hat sich als sehr attraktiv für die Crowd erwiesen und so konnten wir damit auch deutlich höhere Summen crowdfunden.

Coenraad, warum ist der deutsche Markt so interessant?

Crowdfunding geht in Deutschland gerade erst richtig los; das Land ist fünfmal größer und hat ein noch ausgeprägteres Verständnis für Nachhaltigkeit. Wir glauben, dass sowohl Entrepreneurinnen als auch „die Crowd“ bereit für eine nachhaltige Crowdfunding-Plattform sind.

Herr Hünewaldt, wieso steigen Sie als deutscher Partner bei Oneplanetcrowd ein?

Unser Kerngeschäft ist Green Business Innovation & Development. Dabei bringen wir auch Start-ups mit Investoren und Unternehmen zusammen. In dieser frühen Phase gestalten sich Verhandlungen leider oft sehr lange und aufwändig. Crowdfunding ist das ideale Modell, unterschiedliche Interessen auf einen Nenner zu bringen. Der Entrepreneur erhält Zugang zu einer großen Menge an Microinvestoren auf Reward- oder Darlehensbasis und die Crowd kann ihre Investitionen auf eine Vielzahl von Projekten streuen.

Wieso sollte sich ein nachhaltiges Start-up bei Oneplanetcrowd bewerben?

Zunächst erhält es Zugang zu einem Netzwerk aus Experten, Medien und erfahrenen VC-Managern im Bereich Nachhaltigkeit. Darüber hinaus erweitert unsere internationale Aufstellung den Absatzmarkt für die Entrepreneurinnen. Neben der deutschen Crowd werden wir auch den über 8.000 holländischen Crowdfundern geeignete deutsche Projekte zugänglich machen.

Wie kann ein Start-up bei Oneplanetcrowd gelistet werden?

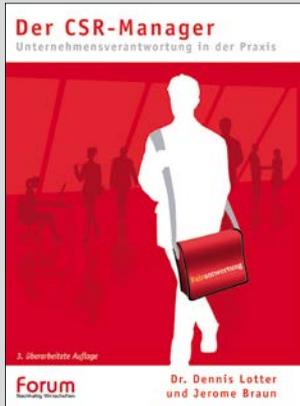
Für den Erstkontakt reicht es, eine kurze Skizze des Projekts an info@oneplanetcrowd.de zu schicken. Organisationen, die mit uns zusammenarbeiten wollen, sind ebenfalls willkommen. ■

Fakten über Oneplanetcrowd

- über 2,2 Millionen Euro seit dem Launch im Oktober 2012 eingesammelt
- 41 Projekte, 8.000 aktive Investoren
- durchschnittlich 52.000 Euro pro Projekt
- AFM-reguliert (AFM – Niederlande vergleichbar mit der BaFin)

Snappcar: von der Carsharing Community zum Crowdfunding Erfolg

Snappcar ist die größte Carsharing Community der Niederlande und ein hervorragendes Beispiel für die „Share-economy“. Bei Snappcar kann man sein eigenes Auto ohne jeden Stress mit der Versicherung vermieten und damit Geld verdienen, ähnlich den deutschen Projekten tamyca oder Autonetzer. Durch Oneplanetcrowd konnten die Gründer 560.000 Euro einsammeln. Dies ist die höchste Crowdfunding Summe für die Niederlande und Oneplanetcrowd bisher.



Sie erfahren, wie Sie CSR mit einem Managementsystem ganzheitlich umsetzen.



Erfolgreiches CSR-Management

Stufe 3: Umsetzung mit System

Der sechste Teil der **forum**-Serie „Der CSR-Manager“ zeigt, wie Sie ein Managementsystem aufbauen. Damit können Sie Ihre Strategie erfolgreich umsetzen und CSR-Maßnahmen wirkungsvoll steuern.



In fünf Stufen zum professionellen CSR-Management: Dritte Stufe – die Umsetzung

In der letzten forum Ausgabe haben wir Ihnen Unterstützung für die Strategieentwicklung angeboten. Nachdem Sie damit die zentralen Leitthemen definiert haben und die grundlegende CSR-Strategie feststeht, geht es im nächsten Schritt darum, die strategische Konzeption in die Tat umzusetzen. Prozesse müssen definiert, Verantwortlichkeiten festgelegt und Einzelmaßnahmen geplant werden. Mit Hilfe eines Management-Systems kann sichergestellt werden, dass die Leitthemen ganzheitlich und professionell im Unternehmen

implementiert werden und der CSR-Gedanke in allen Unternehmensbereichen verankert wird.

CSR als integriertes Managementsystem

Managementsysteme existieren für verschiedene Teilbereiche von CSR. Seien es Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 oder EMAS (Eco Management and Audit Scheme), Qualitätsmanagementsysteme nach ISO 9001 oder Ansätze im Bereich der Arbeitsbedingungen wie SA 8000 oder OHSAS



18001. In der Unternehmensrealität bilden diese Systeme häufig Insellösungen, die dadurch entstehen, dass identische Abläufe aus unterschiedlichen Blickwinkeln beschrieben werden, einzelne Systeme zum Teil redundant oder gar widersprüchlich nebeneinander stehen und Einzelsysteme nicht den Blick auf das Große Ganze richten, das mehr als die Summe seiner Teile darstellt.

Um der CSR-Strategie zum unternehmensweiten Durchbruch zu verhelfen ist ein ganzheitlicher Managementansatz jedoch unerlässlich. Ähnliche Aufgaben der Teilsysteme müssen

Drei Säulen, neun Kriterien

Das EFQM-Modell beruht auf der Prämisse, dass exzellente Ergebnisse im Hinblick auf Leistung, Kunden, Mitarbeiter und Gesellschaft durch eine Führung erzielt werden, „die Politik und Strategie, Mitarbeiter, Partnerschaften, Ressourcen und Prozesse auf ein hohes Niveau hebt.“

Es wurde aus den Prinzipien des Total Quality Managements entwickelt und basiert auf den drei Säulen Menschen, Prozesse und Ergebnisse. Durch die Einbindung aller Mitarbeiter in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess sollen bessere Ergebnisse erzielt werden. Neben den drei Säulen enthält das

Ein integriertes Managementsystem fördert die Transparenz und erleichtert die Operationalisierung

standardisiert, wiederkehrende Prozesse wie Audits oder Management-Handbücher aufeinander abgestimmt und notwendige Informationen auf eine leicht verständliche und handhabbare Weise dokumentiert werden. Eine klare Definition und Zuordnung von Aufgaben ist darüber hinaus notwendig. Ein ganzheitliches Managementsystem ist in vielfacher Hinsicht hilfreich. Es ermöglicht eine transparente und partizipative Entscheidungsfindung nach nachvollziehbaren Kriterien, Schwachstellen werden systematisch identifiziert und Risiken vorausschauend gemanagt. Die Operationalisierung von Leitlinien und Zielen wird durch die Einführung standardisierter Verfahren erleichtert und durch das Festlegen von Fristen und Kontrollmechanismen wird verhindert, dass Ziele aus den Augen verloren und notwendige Maßnahmen verschleppt werden. Letztendlich unterstützt der kontinuierliche Verbesserungsprozess durch das Managementsystem die Kultur einer lernenden Organisation.

Kein Konzept von der Stange

Ein wirkungsvolles Managementsystem muss an die Gegebenheiten des Unternehmens angepasst und auf sie zugeschnitten werden. Dabei sind Aufbau und Gliederung der Managementsysteme frei wählbar. So gesehen gibt es kein „genormtes“ Managementsystem, das Sie „von der Stange“ kaufen können. Der Schlüssel beim Aufbau eines integrierten Managementsystems liegt in der Prozessorientierung, die individuell abhängig von den Gegebenheiten Ihres Unternehmens sowie Ihrer Situation und Ihren Zielen ist. Ein geeigneter Referenzrahmen für ein integriertes CSR-Managementsystem bildet das Modell der „European Foundation for Quality Management – EFQM“. Es veranschaulicht, welche Voraussetzungen eine Organisation schaffen muss, damit sie dauerhaft Spitzenleistungen auf allen Unternehmensebenen hervorbringen kann und wie sich diese Leistungen messen lassen.

Modell sechs verbindende Elemente, die aufzeigen, mit welchen Mitteln Sie den ganzheitlichen Ansatz umsetzen können und welche Zwischenergebnisse dafür erreicht werden müssen. Die insgesamt neun Kriterien werden in Befähiger- und Ergebniskriterien untergliedert. Die Ergebnis-Kriterien (mitarbeiterbezogene Ergebnisse, kundenbezogene Ergebnisse, gesellschaftsbezogene Ergebnisse, Schlüsselergebnisse) fragen danach, was konkret als Resultat Ihres Vorgehens entsteht, während die Befähiger-Kriterien (Führung, Mitarbeiterorientierung, Politik & Strategie, Partnerschaften & Ressourcen, Prozesse) sich mit der Vorgehensweise an sich, also mit dem „Wie“ befassen. Hierin verbirgt sich eine grundlegende Erkenntnis des Modells: Es genügt nicht, den Blick auf die Ergebnisse zu werfen – diese liefern immer nur Informationen über die Vergangenheit. Es ist ebenso wichtig, dass Sie die Vorgehensweise betrachten. Erst durch die Analyse und Optimierung von Prozessen erarbeiten Sie sich auch Informationen über die Zukunft.

Miele hat bereits seit 1992 ein umfassendes Managementsystem aufgebaut, in dem Nachhaltigkeit inhaltlich und organisatorisch verankert ist. Alle europäischen Standorte sind nach ISO 9001, ISO 14001 und SA8000 zertifiziert. Die Überwachung und Steuerung der Normensysteme wird über das integrierte Managementsystem sicher gestellt. Zum einen über interne Audits im Rahmen einer Selbstüberwachung, mit deren Hilfe Abweichungen frühzeitig erkannt und Maßnahmen zur Gegensteuerung eingeleitet werden können. Zum anderen mit der Begutachtung und Zertifizierung der Standorte durch externe Auditoren. Auf diese Weise erhält Miele regelmäßig wichtige Informationen und Rückmeldungen für die Verbesserung des Managementsystems.



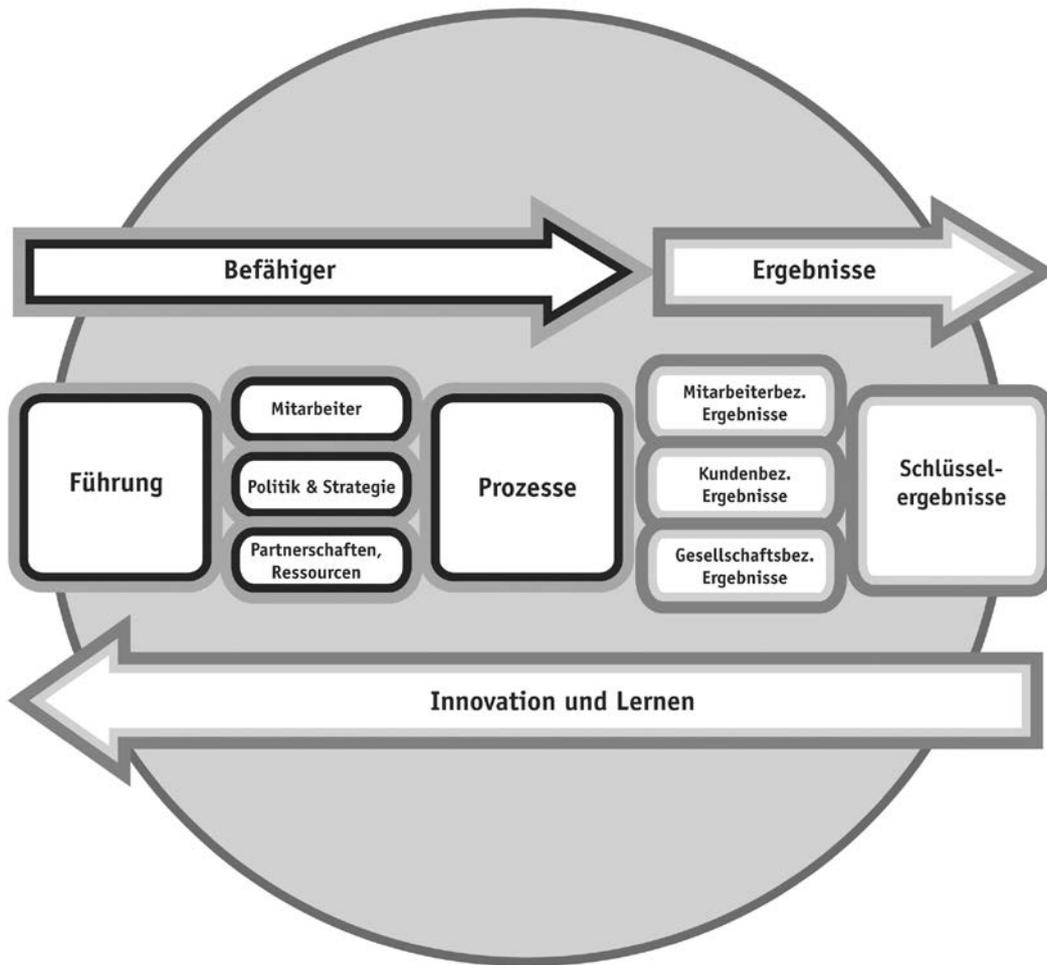


Abb.: CSR ganzheitlich im Unternehmen implementieren

Das EFQM-Modell hilft beim Aufbau eines CSR-Managementsystems und ermöglicht eine Selbst- und Fremdbewertung

Der Erfolgs-RADAR

Die grundlegende Vorgehensweise des EFQM Modells ist die so genannte RADAR-Logik.

Diese Logik basiert auf fünf dem Elementen: Results (Ergebnisse), Approach (Vorgehen), Deployment (Umsetzung), Assessment (Bewertung) und Review (Überprüfung). Die RADAR-Logik drückt aus, dass auf Basis beabsichtigter Ergebnisgrößen und Ziele zunächst stimmige Realisierungskonzepte entwickelt werden müssen, die zur Umsetzung der Unternehmenspolitik und -strategien

dienen. Ein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm, das aus den strategischen Leitthemen Einzelmaßnahmen ableitet und diese mit Verantwortlichkeiten sowie terminierten und budgetierten Zielsetzungen versieht, ist dafür notwendig. Die Einzelmaßnahmen und Projekte müssen Sie dann in geeigneter Form umsetzen und bezüglich ihrer Wirksamkeit überprüfen. Dies kann über interne Audits und Management-Reviews, aber auch über eine externe Auditierung durch unabhängige Prüfer erfolgen.

Exzellente CSR

Durch seinen ganzheitlichen, prozessorientierten Ansatz, welcher verschiedene Stakeholderperspektiven (Mitarbeiter, Kunden, Partner etc.) integriert sowie die Betrachtung sowohl finanzieller wie auch nichtfinanzieller Ergebnisgrößen ist das EFQM-Modell sehr gut als Basis zur Etablierung eines CSR-Managementsystems geeignet. In den vergangenen Jahren haben sich mehrere Initiativen entwickelt, die das Potenzial des EFQM-Modells für das CSR-Management erkannt haben und daran arbeiten, die Vorgehensweise noch stärker mit dem Aspekt der Nachhaltigkeit zusammenzuführen. Das EFQM-Modell ist hervorragend als Basis für ein integriertes CSR-Managementsystem geeignet. Prozesse und deren

Ergebnisse können systematisch erfasst und über einen Review-Prozess beurteilt werden. So können langfristig exzellente Ergebnisse auf ökonomischer, ökologischer und sozialer Basis erzielt werden. ■

Vorschau: Der siebte Auszug aus unserem Fachbuch „Der CSR-Manager“ zeigt, wie Sie aus Ihrer CSR-Strategie mit Hilfe eines CSR-Managementsystems konkrete Maßnahmen zur Umsetzung ableiten. Sie erhalten Anregung, wie Sie in den Bereichen Mitarbeiter, Gemeinwesen, Umwelt und Markt aktiv werden können und an welchen Stellen die vorgestellten Maßnahmen implementiert werden sollten.

Das Fachbuch „Der CSR-Manager“



Das Fachbuch „Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis“ hilft Unternehmen, Nachhaltigkeit als neue Denkhaltung und ganzheitlichen Managementansatz zu gestalten und davon zu profitieren. Der Praxisbezug, die anschaulichen Tipps und der kompakte Inhalt mit zahlreichen Checklisten erleichtern den Einstieg in das Thema. Nicht zuletzt deshalb ist das Buch bereits in einer zweiten, aktualisierten Auflage erschienen.

Sie können „Der CSR-Manager. Unternehmensverantwortung in der Praxis“, 2. Auflage, ALTOP Verlag 2011, 236 Seiten, EUR 24,90, ISBN 978-3-925646-53-9 im Buchhandel oder direkt unter www.forum-csr.net/csr-manager bestellen.

Das forum-Praxisseminar

Wegen vielfacher Anfrage bietet **forum** nunmehr auch ein Praxisseminar „Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung professionell gestalten“ an. Das Seminar ist modular nach verschiedenen Schwerpunktthemen aufgebaut. Pro Quartal findet ein Modul (ein Tag) jeweils bei einem Gastgeber-Unternehmen statt. Die Module können einzeln oder als Gesamtpaket gebucht werden. Modul vier schließt mit einer Prüfung zum „Zertifizierten CSR-Manager“ ab.

Referenten:

Dr. Dennis Lotter, Jerome Braun, Jana Hepperle, Fritz Lietsch, Tina Teucher

Anfragen dazu bitte direkt an f.lietsch@forum-csr.net oder buchen Sie Ihre Teilnahme direkt online unter www.forum-csr.net/events

Die Autoren

DR. DENNIS LOTTER und JEROME BRAUN begleiten mit ihrer Agentur Benefit Identity Unternehmen und Organisationen seit mehr als zehn Jahren bei der Gestaltung ihrer Markenintegrität durch eine verantwortliche Betriebsführung. Darüber hinaus sind sie fragte Fachautoren und Vortragsredner.

www.benefitidentity.com



Jetzt Studienplatz sichern

Mit neuen Ansätzen nachhaltig wirtschaften!

- **Energiemanagement (M.Sc.)** | Studienstandort: Frankfurt am Main
Energiewirtschaftliche Prozesse beherrschen – die Energiewende gestalten
- **Sustainable Marketing & Leadership (M.A.)** | Studienstandort: Idstein*
Schwarze Zahlen mit grünen Ideen

* weitere Standortmöglichkeiten finden Sie auf der Webseite



Mehr Infos und Termine im Web



Information und Bewerbung: beratung@hs-fresenius.de | 061 26 9352-0 | www.hs-fresenius.de



Umweltbewusstsein umsetzen – mit einer starken Gemeinschaft.



Wenn eine Bank ihren Mitgliedern gehört, weil sie nach dem genossenschaftlichen Prinzip funktioniert, klingt das erst einmal gut. Aber was heißt das überhaupt? Dass jeder Kontoinhaber auch Teilhaber der Bank ist. Kunden heißen deswegen nicht Kunden, sondern Mitglieder. Und es geht nicht darum, die Bank voranzubringen, sondern die Gemeinschaft. Mit ihren Interessen und den ganz individuellen Interessen der Mitglieder.

Weil die Sparda-Bank sich als solche Gemeinschaft wahrnimmt, hat jedes Sparda-Bank Mitglied eine Stimme. Die auch gehört wird. So wurde der Ruf der Zeit gehört und insbesondere im Kontakt mit den Mitgliedern festgestellt, welche Themen ihnen am Herzen liegen. Thema dieser Zeit ist selbstverständlich Nachhaltigkeit und der Erhalt unserer natürlichen Ressourcen. Viele Menschen und viele Sparda-Bank Mitglieder möchten einen Teil dazu beitragen, die Umwelt zu schonen, und denken dabei an zukünftige Generationen. Inspiriert von ihren Mitgliedern geht die Sparda-Bank Hamburg einen Schritt voraus und setzt diese Interessen seit 2012 selbst um – in jedem

Vorgang und jedem Prozess. Vom Fahrstuhl bis zum Firmenwagen, vom Drucken bis zum Heizen werden nachhaltige Lösungen mobilisiert. Bis zum Jahr 2015 sollen alle Prozesse überprüft und umgestellt werden. Dass damit nicht nur für das Thema Umwelt sensibilisiert, sondern wirklich etwas bewegt wird, beweisen nicht zuletzt die Zahlen. Allein im Jahr 2012 konnten 295.030 Kilogramm CO₂e eingespart werden. Mit der Menge an gespartem CO₂e allein durch Zug statt Autofahrten zu Terminen könnten 1.600 Menschen per Bahn nach St. Peter Ording reisen. Und nur durch beidseitiges Bedrucken konnte Papier zurückgehalten werden, das man zu einer Höhe von 289 Metern aufstapeln könnte – höher als der Hamburger Michel. Die Ersparnisse sind groß und mit ihnen wächst die Motivation der Sparda-Bank Mitarbeiter – ein Ende ist nicht in Sicht.

Nachhaltigkeit vorleben ist das Eine. Das Andere ist, ökologisch gut gedachte Ideen zu realisieren und jedem Mitglied möglichst viele Wege zu bieten, sein Umweltbewusstsein in die Tat umzusetzen. Im Jahr 2013 hat die Sparda-Bank Hamburg dafür Sparda

Horizont entwickelt – das erste klimaneutrale Konto Deutschlands, dessen Klimaneutralität sogar vom TÜV SÜD zertifiziert ist. Nachhaltige Kooperationen, Expertenrat rund um die Uhr, Empfehlungen sowie faire und flexible Finanzierungswege für nachhaltige Vorhaben zeichnen die Sparda Horizont Mitgliedschaft aus. Jedem Mitglied steht beispielsweise ein Nachhaltigkeitsberater zur Verfügung, der offene Fragen klärt und für jedes Anliegen genauestens recherchiert: von Neuanschaffungen bis zu Energieeffizienz oder Saison-Gemüse. Unterm Strich wird so weit mehr gefördert als das Interesse eines einzelnen Mitglieds: Die Gemeinschaft legt den Grundstein für eine umweltbewusstere Zukunft.

Mehr über die Sparda Gemeinschaft erfahren Sie in jeder Sparda-Bank Filiale und unter www.sparda-bank-hamburg.de/horizont

Sparda-Bank
freundlich & fair



Der Preis ist heiß

Wertschätzung durch integrale Preisgestaltung

Von Dr. Dennis Lotter

In der Reihe „Integritätsmarketing“ stellen wir die 7 Ps eines neuen, zukunftsfähigen Marketing vor. Der Preis als Handlungsfeld für ein glaubwürdiges Unternehmen steht in dieser Ausgabe im Fokus. „Der Preis ist der üblicherweise in Geldeinheiten realisierte Wert eines Produktes oder einer Dienstleistung“, so die gängige Definition. Der Preis kann jedoch nicht nur Ausdruck dafür sein, was dem Kunden eine Leistung wert ist; er zeigt ebenso, welche Wertschätzung ein Unternehmen seinen Kunden entgegenbringt“.

Was empfinden Sie, wenn Ihr Lieblings-Joghurt plötzlich 20 Gramm weniger Inhalt enthält und das bei gleichem Preis? Oder der Billigflug gar nicht mehr so billig ist, nachdem Sie die Extragebühren für Gepäck, Getränk und Toilette hinzugerechnet haben? Der Preis eines Produktes oder einer Dienstleistung hat nicht nur Auswirkungen auf den Absatz. Es geht um mehr als das: um Zufriedenheit, Loyalität, Empfehlungsbereitschaft und Vertrauen.

Preise sind heute transparenter denn je. Mit einem Klick kann man sich darüber informieren, was verschiedenste Hersteller und Händler für vergleichbare Produkte verlangen. Wenn Kunden Preise als unfair empfinden, dann wenden Sie dem Anbieter nicht einfach stillschweigend den Rücken zu. Die aufgeklärten und vernetzten Kunden von heute machen ihrem Ärger Luft, formieren sich in sozialen Netzwerken und rufen in wahren Entrüstungstürmen zum Boykott auf.

Auf sicherem Kurs im „Shitstorm“

Einen solchen „Shitstorm“ hat unlängst das Online-Business-Netzwerk XING hervorgerufen, als dieses die Mitgliedsbeiträge der Schweizer Premium-Kunden um 67 Prozent anhub. Nachdem die Preise zehn Jahre lang unverändert geblieben waren, war eine Preiserhöhung an sich nachvollziehbar. Doch insbesondere die Art und Weise, wie XING seinen Mitgliedern die Preiserhöhung kommunizierte, stieß

auf erhebliche Kritik. So ging den Usern eine Woche vor der Preiserhöhung eine Mail zu, in der angekündigt wurde, die Rechnungen „auf vielfachen Wunsch der Kunden“ von Euro auf Schweizer Franken umzustellen. Erst danach wurde erwähnt, dass gleichzeitig eine Anpassung der Beiträge vorgenommen wird. Die Kunden fühlten sich durch die „Preiserhöhung auf Kundenwunsch“ an der Nase herumgeführt und gingen auf die Barrikaden. Das Forum von XING wurde mit empörten Mitteilungen überschüttet, in sozialen Netzwerken wurden Anti-XING-Gruppen gegründet und eine Flut an Kündigungen, auch langjähriger Kunden, ging beim Online-Dienstleister ein.

Welcher Preis und welche Preiserhöhung als fair wahrgenommen werden, ist ein komplexes Konstrukt, das jede Marke und jedes Unternehmen für seine möglichst klar definierten Kundensegmente individuell ermitteln muss. Ein klarer Erfolgsfaktor für eine wahrgenommene Preisfairness über alle Branchen und Kundengruppen hinweg ist die Transparenz. Wenn Unternehmen ihren Kunden offen und klar erläutern, wie ein Preis zustande kommt und was sie sich bei der Preisbildung gedacht haben, ist viel gewonnen.

Ein Reinheitsgebot für den Preis

Die Brauerei Neumarkter Lammsbräu beispielsweise erläutert ihren Kunden ausführlich, warum das Bier mit Zutaten aus biologischer und regionaler Landwirtschaft etwas mehr kostet als konventionelle Biere. Auf der Unternehmenshomepage werden die Bauern, die in der 1988 gegründeten Erzeugergemeinschaft aktiv vom Unternehmen beim Bio- und Naturlandbau unterstützt werden, mit Foto und kurzem Lebenslauf vorgestellt und damit gleichzeitig auch ein Alleinstellungsmerkmal der Marke hervorgehoben. Denn eine solche Rückverfolgung bis zum Acker kann keine andere Brauerei in Deutschland bieten.

Zwischen teuren Werbekampagnen und schillernden Imagebroschüren vergessen Unternehmen und Marken oft, dass der Preis eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente ist. „Preise senden unmissverständliche Botschaften darüber aus, welche Werte ein Unternehmen verfolgt, was es über seine Kunden denkt und wie es mit ihnen umgehen will“, sagen auch die Wirtschaftsprofessoren Bertini und Gourville in ihrer Veröffentlichung zum „Wert fairer Preise“.¹

Preise sind kein Kinderspiel

Der Preis als Ausdruck von Wertschätzung, für Kunden ebenso wie für weitere Anspruchsgruppen, kann neben einer transparenten Erläuterung auch durch individuelle Preisangebote verstärkt werden. Die Marke JAKO-O bietet als Hersteller und Versandhändler von Kinderprodukten beispielsweise Rabatte für Großfamilien und mit verschiedenen „Leihkisten“ die Möglichkeit, Utensilien für Kindergeburtstage zu mieten statt zu kaufen. Im Ausdruck der Wertschätzung für Kunden geht JAKO-O noch einen Schritt weiter und engagiert sich

auf gesellschaftspolitischer Ebene für ein kinderfreundliches Deutschland, z.B. durch die geringere Besteuerung von Produkten für Kinder und Familien. **forum** befragte Bettina Peetz, Geschäftsleiterin von JAKO-O zu der Aktion „7% für Kinder“.

Wenn Produkte für Kinder und Familien mit einem reduzierten Mehrwertsteuersatz versehen werden, bedeutet dies eine Preissenkung Ihrer Produkte. Ist es legitim, mit der Unterstützung einer gesellschaftspolitischen Aktion auch einen Selbstzweck zu verfolgen?

Generell finde ich es nicht verwerflich, solange der gute Zweck im Fokus steht und dieser nicht durch wirtschaftliche Interessen geschmälert wird. Wenn als Resultat der Aktion Gesellschaft UND Unternehmen profitieren, ist das natürlich ein schöner Zusatzeffekt. In unserem Fall kann eine Absatzsteigerung aber nicht das Ziel sein. Denn ob und wann ein solcher Effekt aus der Aktion hervorgeht, ist nicht kalkulierbar. Da gibt es effektivere Mittel. Außerdem würden im Falle einer reduzierten Mehrwertsteuer alle Anbieter aus Wettbewerbsgründen die Preise senken. JAKO-O hätte durch eine Preissenkung somit keinen Wettbewerbsvorteil.

Wurde die Kombination aus gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Selbstzweck schon einmal kritisiert?

Nein, bei uns ist weder seitens der Öffentlichkeit noch seitens der Medien Kritik eingegangen. Das liegt vermutlich auch daran, dass JAKO-O für sein intrinsisch motiviertes Engagement bekannt ist. Familien über das Produktangebot hinaus auch als Partner zu unterstützen, sie ernst zu nehmen und ihre Bedürfnisse in der Öffentlichkeit zu vertreten, ist eine wichtige Säule unserer Unternehmensphilosophie. Die meisten von uns sind selbst Eltern – und mit der Unterstützung eines Unternehmens im Rücken können wir viel mehr erreichen als allein und auf eigene Faust. Seit der Gründung vor 27 Jahren initiieren und unterstützen wir deshalb Projekte für mehr Familienfreundlichkeit, unabhängig von wirtschaftlichen Interessen.

Das ausführliche Interview finden Sie online unter: www.forum-csr.net

Preise sind also mehr als ein Ausgleich von Angebot und Nachfrage. Sie sind Signale der Wertschätzung für Kunden sowie weitere Interessensgruppen und machen deutlich, welche Kommunikations- und Wertekultur im Unternehmen gepflegt wird. Marken, die dies berücksichtigen, können sich der Preisdumpingspirale entziehen weil sie ihren Kunden deutlich machen, dass sie ihren Preis wert sind. ■

DR. DENNIS LOTTER

ist Berater und Studiengangleiter der Masterstudienrichtung Sustainable Marketing & Leadership an der Fresenius Hochschule Idstein. Seine Passion ist die Ausbildung engagierter und verantwortungsbewusster Führungspersönlichkeiten der nächsten Generation. www.benefitidentity.com

¹ Bertini, M./Gourville T. (2012): Pricing to Create Shared Value. In: Harvard Business Review, Juni 2012



Latzhose und Ökosandalen waren gestern

Ein engagierter Verleger hat sein Unternehmen umgekrempelt und möchte mit seinen Erfahrungen und dem daraus abgeleiteten Konzept nachhaltiges Wirtschaften in mittelständischen Unternehmen unterstützen.

Von Fritz Lietsch

„Heute nicht auf Kosten von Morgen, hier nicht auf Kosten von Anderswo und nie auf Kosten von Anderen.“ Nach dieser Grundidee von Martin Kleene, Unternehmensberater für Nachhaltigkeit, ist nachhaltiges Wirtschaften in Deutschland ausgerichtet. Einer der Vertreter nachhaltiger Werte ist der Geschäftsführer des NWB Verlages Dr. Ludger Kleyboldt. Seit er 2009 seine erste firmeninterne Präsentation zum Thema Nachhaltigkeit gehalten hat, hat sich in seinem Fachverlag für Steuer- und Wirtschaftsrecht einiges geändert. Eine Photovoltaikanlage glänzt auf dem Dach, die Elektroautos stehen vor der Tür und mit dem N-Kompass möchte der NWB Verlag nun eine zentrale Anlaufstelle für den Mittelstand zum Thema nachhaltige Unternehmensführung schaffen.

Reisen bildet

Seine nachhaltige Denkweise hat Verleger Kleyboldt auf seinen Reisen als Student entwickelt. „Mir ist klar geworden, dass wir in Europa viele Probleme in andere Bereiche der Welt verlagern – wir selbst sehen oft gar nicht, welche Folgen unser Tun hat, aber andere Teile der Welt müssen darunter leiden“, erläutert Kleyboldt seine Erfahrungen.

Es waren wohl bereits diese frühen Eindrücke, die ihn dazu bewegt haben, mehr über die Auswirkungen des eigenen

Handelns, privat wie geschäftlich, als auch über nachhaltige Alternativen nachzudenken. Deshalb war für ihn klar: Das Thema Nachhaltigkeit muss aus der ideologiebehafteten Nische, in der es allzu oft verortet wird, herausgeholt werden. Nachhaltig Leben heißt für ihn nicht, in Sandalen durchs Büro zu laufen oder nur noch das Öko-Toilettenpapier zu benutzen. Es ist vielmehr ein Gesamtkonzept, das auch unternehmerisch umgesetzt und als Alleinstellungsmerkmal genutzt werden kann.

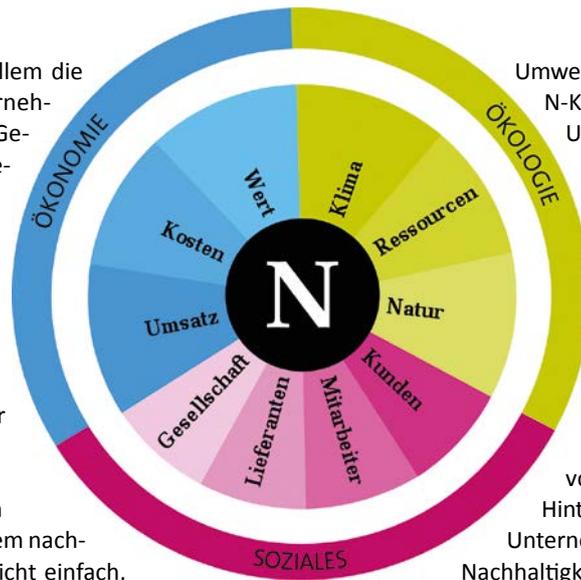
Ganzheitlich denken und handeln

In Kleyboldts Nachhaltigkeitskonzept fließen sowohl ökonomische und ökologische Aspekte, als auch soziale Gesichtspunkte mit ein. Die Maßnahmen, die daraus hervorgehen, haben dabei nicht nur angenehme Seiten für ihn und seine Mitarbeiter. So gibt es auf der einen Seite positive Angebote, wie familienverträgliche Arbeitszeiten und Arbeitsplatzmodelle. Auf der anderen Seite kann es passieren, dass der eine oder andere Mitarbeiter ein paar Schritte mehr zur Arbeit zurücklegen muss. Sollte das eigene Auto die firmeneigenen Regeln für den zugelassenen CO₂-Ausstoß überschreiten, muss der Fahrer auf Parkplatzsuche außerhalb des Firmengeländes gehen. Trotzdem stehen die Mitarbeiter von NWB hinter dem Konzept der Nachhaltigkeit.

Dem Firmeninhaber liegt vor allem die soziale Komponente der Unternehmensausrichtung am Herzen. Gemeinsam mit seiner Frau gründete er die „Für Euch-Stiftung“, zur Förderung von Kindern und Jugendlichen in der Region. Ihnen soll in verschiedensten Veranstaltungen, von Kochkursen bis Naturerlebnissen, Urvertrauen in andere Menschen geschenkt werden – das Handwerkszeug für ein stabiles Leben.

Eigene Erfahrungen weitergeben

Der Wandel des Verlages zu einem nachhaltigeren Unternehmen war nicht einfach, erklärt Kleyboldt zurückblickend: „Wir haben – außer Beratern – keine Lösung am Markt gefunden, die uns bei der Priorisierung der für uns sinnvollen Maßnahmen und der anschließenden Umsetzung geholfen hätte.“ Aufgrund dieses Mankos hat sich der NWB Verlag 2010 dazu entschlossen, seine Erfahrungen an andere weiterzugeben. Gemeinsam mit Experten des Wuppertal Instituts für Klima,



Umwelt und Energie entwickelten sie den N-Kompass. Er soll mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit bieten, ihr individuelles Nachhaltigkeitsprogramm zu erstellen und anschließend Schritt für Schritt umzusetzen. Der N-Kompass unterstützt zunächst eine Analyse der aktuellen Situation, bevor er mögliche Maßnahmen vorschlägt, die in eine übergreifende Projektsteuerung aufgenommen werden. Anhand von Anleitungen, Fallstudien und Hintergrundinformationen können die Unternehmen so selbstständig die eigene Nachhaltigkeitsbilanz verbessern.

Nicht nur am Unternehmen – auch im Privatleben geht der Wandel zur Nachhaltigkeit nicht spurlos vorbei: Dr. Kleyboldt wohnt mittlerweile in einem alten Bauernhof auf dem Land und legt die jährlich 20.000 Kilometer Pendelstrecke mit seinem Elektroauto zurück. Latzhose und Ökosandalen trägt er aber deswegen immer noch nicht. ■

Grafik: © NWB Verlag GmbH & Co. xG

ANZEIGE

Wir übernehmen Verantwortung



Unsere Unternehmenskultur ist seit über 50 Jahren geprägt durch Innovationskraft und Fürsorge gegenüber den Mitarbeitern, der Gesellschaft und der Umwelt. Bei uns ist Andreas F. L. Heydemann aus dem Vorstandskreis für dieses Thema zuständig. Gemeinsam mit Spezialisten aus dem Koordinationskreis Nachhaltigkeit sorgt er dafür, dass sämtliche relevante Aufgaben

europaweit geplant, überwacht und koordiniert werden. Unsere Mitarbeiter aus dem Bereich Chemie und Umwelt stellen hohe Ansprüche. Jedes Jahr nehmen sie rund 30.000 Messwerte auf, analysieren sie und werten sie aus. Im Juli 2013 haben wir für unser neues Rechenzentrum die Auszeichnung Blauer Engel erhalten. Durch eine neue energieeffiziente Klimatisierung wird der CO₂-Ausstoß um circa 130 Tonnen pro

Jahr reduziert. Bereits mehrfach haben wir am Carbon Disclosure Index teilgenommen, einer internationalen Initiative, die mehr Transparenz bei CO₂-Emissionen von Unternehmen erreichen will. 2011 haben wir an unserem Standort in Oldenburg ein Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001 aufgebaut, in die Praxis umgesetzt und zertifiziert. Weitere Standorte sind in

Planung. Das System beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf unsere Umweltleistungen. Für die Produktion unseres CEWE FOTOBUCHS verwenden wir ausschließlich FSC®-zertifiziertes Papier. Unsere Druckfarben sind frei von gesundheitsschädlichen Stoffen und in den vergangenen Jahren haben wir unseren Wasserverbrauch und unsere CO₂-Emissionen um ein Vielfaches reduzieren können.

Kontakt

CEWE STIFTUNG & CO. KGAA
 Meerweg 30-32
 26133 Oldenburg
 Telefon: +49 (0)441 / 4 04 – 0
 nachhaltigkei@cewe.de
 www.cewecolor.de



Was kostet die Welt?

Die Begeisterung für die unternehmerische Naturkapitalbilanzierung wächst. Erste Unternehmen wie Otto, Puma und Novo Nordisk erfassen den Wert der Natur und integrieren ihn erfolgreich in die betriebliche Entscheidungsfindung. **forum** zeigt, wie Sie die Naturkapitalbilanzierung als neues Managementinstrument nutzen können.

Von Tobias Hartmann



Inferno Deepwater Horizon: BP hat Rückstellungen von 41 Milliarden Dollar für diesen Unfall gebildet. Die Huffington Post schätzt den Gesamtschaden auf bis zu 90 Milliarden Dollar.

Foto: © US Coast Guard

Wasser- und Landverbrauch, CO₂-Emissionen, Abfallproduktion und Luftverschmutzung, Ressourcen- und Energieeinsatz – heruntergebrochen auf diese oder andere Schlüsselindikatoren versuchen Unternehmen, die Umweltkosten zu berechnen, die bei der Produktion ihrer Güter entstehen. Puma kam so auf 145 Millionen Euro, der dänische Pharmakonzern Novo Nordisk errechnete 223 Millionen Euro und die Otto Group schätzt ihren ökologischen Fußabdruck auf mehr als 10 Prozent des Gesamtumsatzes. In all diesen Beispielen wird auch die Wertschöpfungskette der Unternehmen betrachtet, zurückverfolgt bis hin zur Produktion der Rohstoffe wie Baumwolle, Leder, Glukose oder Metalle. Genau in diesen Produktionsvorstufen liegt der Löwenanteil der Umweltschädigungen. Bei PUMA sind es 57 Prozent der ermittelten Umweltkosten, bei Novo Nordisk 39 Prozent. Die Emissionen von Treibhausgasen sind dabei der größte Kostenfaktor. Es ist daher nicht weiter verwunderlich, dass das Beratungsunternehmen Trucost die Umweltkosten der Kohlestromerzeugung mit Abstand am höchsten einschätzt. Dementsprechend stehen Kohlestromanbieter auch an der Spitze des Rankings der größten Umweltverschmutzer.

Wie profitiert Business von der Natur?

Die Studien „The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB)“ zeigen, dass Unternehmen von den (meist) kostenlos bereitgestellten Leistungen der Natur profitieren. Dies kann indirekt erfolgen, zum Beispiel durch die Schädlingsbekämpfung der Vögel oder Fledermäuse, die natürliche Wasseraufbereitung der Wälder, die CO₂-Speicherleistung der Moore oder ganz offensichtlich durch die Nutzung von natürlichen Rohstoffen wie Holz oder Nahrungsmitteln wie Fisch. Wie groß dieser Beitrag für das wirtschaftliche Wohlergehen eines Unternehmens ist und welche positiven Effekte Unternehmen durch ihr Umweltengagement schaffen, ist ein weiterer Erkenntnisgewinn aus der Naturkapitalbilanzierung. Der Baustoffkonzern Holcim hat zum Beispiel eine ökologische Kosten-Nutzen-Rechnung für die Renaturierung seiner Abbaustätten aufgestellt. Daraus ergibt sich, dass sich durch diese Maßnahmen ein gesellschaftlicher Nettonutzen von 1,1 Millionen Pfund (ca. 1,35 Millionen Euro) erzielen lässt. Der Chemieriese Dow Chemical wiederum untersucht, welche gesellschaftlichen Nutzen ökologische Lösungen zum Flutschutz oder zur Luftreinhaltung im Vergleich zu technischen Lösungen haben. Die Ergebnisse belegen die Vorteile der ökologischen Optionen und Dow Chemical nutzt dies u.a. als Argument, Aufforstung als Möglichkeit zur Luftreinhaltung von den staatlichen Behörden anerkennen zu lassen.

Was wird gemessen?

Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial der ökonomischen Bewertung als unterstützendes Managementinstrument. Die Unternehmen identifizieren ihre ökologischen Hotspots und identifizieren damit wunde Punkte. Sie erhöhen die Transparenz ihres Betriebes und können die Risiken z.B. innerhalb der Lieferkette besser managen.



Wie beziffert man den Wertverlust, der durch Überfischung entsteht? Wer haftet für den „Schaden“? Wer entschädigt kleine Fischer für den Verlust ihrer Existenz?

Wird beispielsweise Wasser als natürliche Ressource immer knapper, hat dies unmittelbare Auswirkungen für viele Produktionsstätten, die den Betrieb im schlimmsten Fall sogar unterbrechen müssten. Eine Naturkapitalbilanzierung hilft Risiken zu minimieren und vorausschauend zu agieren. So können die Unternehmen frühzeitig auf neue gesetzliche Regulierungen – etwa neue Wasserspargesetze – reagieren, die andernfalls die Produktionskosten in die Höhe schießen lassen würden.

Warum der Aufwand?

Auch die Umweltauswirkungen verschiedener Materialien und Produktionstechnologien werden verglichen und abgewogen. Die Analyse der Lieferkette hilft dabei, unternehmensinterne Nachhaltigkeitsinitiativen dort zu lancieren, wo sie den größten Effekt haben. Schließlich belegen Unternehmen mit dem Instrument der Naturkapitalbilanzierung ihren positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft und schaffen letztendlich eine Basis für ihre „soziale Betriebsgenehmigung“ („social license to operate“). Unternehmen mit einer großen direkten Einwirkung auf die Natur wie Bergbau-Gesellschaften können damit zeigen, welchen Wert sie – beispielsweise durch die Renaturierung einer Abbaustätte nach der Nutzung – für die Gesellschaft schaffen.

Wie kommt man an Zahlen?

Das Interesse von Unternehmen, neben dem wirtschaftlichen auch das natürliche Kapital zu bilanzieren, wächst, doch es gilt noch Herausforderungen zu überwinden. Besonders die Verfügbarkeit von Daten stellt eine Hürde dar. Die Datener-

Schritte zur Naturkapitalbilanzierung

Was Unternehmen schon jetzt tun können

1. Identifizieren Sie die für Sie wichtigen Ökosystemdienstleistungen und damit verbundene Risiken.

Welche Naturkapitalkomponenten sind für Sie am wichtigsten? Zur Identifikation der für Sie relevantesten Ökosystemdienstleistungen gibt es eine Vielzahl an Tools. Der vom Global Nature Fund entwickelte Biodiversitäts-Check beispielsweise hilft Ihnen, Abhängigkeiten und Auswirkungen auf die Biodiversität zu erkennen.

2. Nutzen Sie die Nachhaltigkeitsberichterstattung und das integrierte Reporting.

Ihr Nachhaltigkeitsreporting oder integriertes Reporting gewinnt an Qualität durch eine systematische unternehmerische Bewertung des Naturkapitals. Die ökonomische Bewertung kann Ihnen bei der Identifikation und dem Vergleich der wesentlichen Umweltaspekte dazu dienen, Risiken aufzeigen und Ihr Nachhaltigkeitsengagement messbar zu machen.

3. Fangen Sie klein an.

Sie brauchen nicht sofort mit einer konzernweiten ökologischen Gewinn- und Verlustrechnung zu beginnen. Im ersten Schritt können Sie die ökonomische Bewertung an einem Standort für eine bestimmte Entscheidungssituation oder zur Messung des Fußabdrucks eines Produkts entlang Ihrer Lieferkette verwenden. Beginnen Sie mit den Umweltauswirkungen, für die Daten und Methoden verfügbar sind.

4. Engagieren Sie sich in existierenden Initiativen.

Es gibt eine Vielzahl von internationalen Initiativen die sich mit dem Thema Naturkapitalbilanzierung beschäftigen. Durch eine aktive Beteiligung können Sie von den Erfahrungen von Pilot-Testern profitieren und die Weiterentwicklung der Methoden und Instrumente mitgestalten.

hebung zur Analyse komplexer Lieferketten ist kostspielig. Ersatzweise werden deshalb ökonomische Modelle zu Rate gezogen. Bei der eigentlichen monetären Bewertung gibt es eine Vielzahl von Methoden und Berechnungsgrundlagen, die auf Marktpreisen, vermiedenen Kosten oder auf Befragungen der betroffenen Bevölkerung basieren – alle haben Vor- und Nachteile. Hinzu kommt, dass es bisher noch kein allgemeingültiges Verfahren für die Naturkapitalbilanzierung gibt, weshalb Initiativen wie die Natural Capital Coalition derzeit intensiv an der Entwicklung solcher Rahmenwerke arbeiten. Die hohe Komplexität der Beziehung zwischen Emission und Schaden sowie der Funktions- und Regenerationsfähigkeit der Natur lassen vermuten, dass die Diskussionen noch einige Zeit brauchen werden. Beispielsweise stellt sich weiterhin die Frage, wie man mit irreversiblen Schäden oder mit zeitlicher Verzögerung der Schädigung, wie z.B. bei der Übernutzung der Fischbestände umgeht.

Bei allen noch ungelösten Fragen gilt, dass das Potenzial der ökonomischen Bewertung überwiegt. Um die Naturkapitalbilanzierung mittelfristig zu standardisieren und zu vereinfachen, bedarf es weiterer Unternehmensfallstudien. Informationen darüber, welche Schritte Unternehmen schon jetzt tun können, finden Sie in der Box auf der vorherigen Seite.

Was macht die Politik?

Auf Seiten der Politik wird die Naturkapitalbilanzierung erst zögerlich aufgenommen. So hat die EU-Kommission jüngst eine Plattform zum Austausch und Test von Methoden für Unternehmen ins Leben gerufen. Die spannende Frage bleibt, ob und welche Anreize und Auflagen die Politik den Unternehmen mit Blick auf die Bilanzierung von Naturkapital machen wird. Dies kann einerseits in Form von Projektförderungen oder Steuervergünstigungen erfolgen, andererseits in Form neuer Regulierungen und der Verpflichtung, die (externen) Umweltkosten offenzulegen. Das langfristige Ziel sollte es sein, die externen Kosten zu internalisieren, z.B. in Form einer umfassenden „Externalitätensteuer“.

Gelingt es nicht, die Auswirkungen unseres Wirtschaftens auf die Natur zu messen und dafür Verantwortung zu tragen und im gesellschaftlichen „Mainstream“ zu verankern, wird die Naturkapitalbilanzierung in Vergessenheit geraten. Dadurch würde eine große Chance für den Umbau der Wirtschaft hin zu einer ressourcenschonenden und emissionsarmen Green Economy vertan.

Mehr Informationen und eine ausführliche Studie zur Naturkapitalbilanzierung finden Sie unter www.naturkapitalbilanzierung.de

TOBIAS HARTMANN

ist Projektmanager beim Global Nature Fund, verfolgt die (internationalen) Entwicklungen im Bereich der Naturkapitalbilanzierung und sucht mit interessierten Unternehmen nach Problemlösungen und Verbesserungsmöglichkeiten.



Naturkapitalbilanzierung als Inspiration für Nachhaltigkeitsberichte gemäß GRI

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung gehört es zu den spannendsten und herausforderndsten Aufgaben, die Inhalte für den Bericht festzulegen. Im Sinne der 2013 von der Global Reporting Initiative (GRI) veröffentlichten Leitlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (GRI G4) sollen Unternehmen über ihre positiven und negativen Auswirkungen auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft berichten. In der Praxis tun sich viele Unternehmen damit schwer, Themen auszuwählen und die Auswirkungen zu beziffern. Hier liefern die Bewertungskonzepte der Naturkapitalbilanzierung wertvolle Ideen und Ansatzpunkte. Denn durch die finanzielle Bewertung von externen Auswirkungen wird deren Vergleichbarkeit ermöglicht. Folgende Leitfragen können einen Expertendialog zur Bestimmung der wesentlichen Auswirkungen bereichern:

- Wie hoch wäre der finanzielle Aufwand für die Gesellschaft, um den entstandenen Schaden an Umwelt und Gesellschaft zu kompensieren bzw. dem Schaden vorzubeugen? (Ersatzkostenansatz) Bzw. wie hoch wäre der finanzielle Aufwand für die Gesellschaft, wenn das Unternehmen den positiven Beitrag nicht erbringen würde? (Net Positive Ansatz)
- Welche Wertschöpfungspotenziale gehen der Volkswirtschaft durch den Schaden verloren bzw. entstehen durch die positive Auswirkung? (Produktionswertansatz)
- Was ist es der Gesellschaft wert, sich für oder gegen eine Auswirkung der Unternehmenstätigkeit einzusetzen, bspw. durch Spenden oder Engagement in einer NGO? (Geäußerte Präferenzen Ansatz)

Naturkapitalbilanzierung ermöglicht damit nicht nur eine bessere Vergleichbarkeit von Abhängigkeiten und Auswirkungen, sondern auch eine bessere Einschätzung relevanter Wirkungszusammenhänge und Folgen unternehmerischer Tätigkeit. Natürlich gelten auch hier die klassischen Kritikpunkte an der Naturkapitalbilanzierung. Beispielsweise besteht oft ein unzureichendes Wissen über die Relevanz und den Wert einzelner Teile in einem komplexen ökologischen System (z.B. eines seltenen Falters). Da aber in praktischen Entscheidungssituationen schwer zu greifende und vergleichende Sachverhalte gegeneinander abgewogen werden müssen, bietet die Naturkapitalbilanzierungs-Debatte interessante Anstöße für die Wesentlichkeitsanalyse nach GRI G4.

Josephine Herzig und Thomas Petruschke arbeiten im Bereich Strategieentwicklung und Kommunikation bei BSD Consulting. Ihren ausführlichen Beitrag zum Thema finden Sie unter www.forum-csr.net

Die Seiten zur ökonomischen Bewertung von Naturkapital werden gefördert von



Lastenräder kommen leise, aber gewaltig ...

Moderne Lastenräder sind ideal für Transporte in der Stadt und auf dem Betriebsgelände. Sie machen Spaß, sind gut für die Gesundheit, oft schneller und in jedem Fall günstiger als konventionelle Kraftfahrzeuge. Zudem erhöhen sie die Lebensqualität in Städten und stellen eine attraktive, umweltfreundliche Ergänzung für den betrieblichen Fuhrpark dar.

Von Fritz Lietsch

Eine europäische Innenstadt, frühmorgens in naher Zukunft. Wie immer herrscht reger Lieferverkehr, doch keiner stört sich daran. Was für den Tag gebraucht wird, bewegt sich zu meist auf leise surrenden Fahrrädern durch die Straßen und Gassen. Freundliche Fußgänger und lachende Kurierfahrer bestimmen das Bild.

Noch wirkt ein solches Szenario utopisch, aber nicht mehr lange. Denn endlich sind Lastenräder auch politisch gewollt – neben OECD, Weltbank und Verkehrsministern setzen inzwischen sogar Vertreter der Automobilindustrie auf das „Cargo Bike“. Nicht nur Kinder- und Einkaufstransporte können mit Lastenrädern erledigt werden, auch Firmentransporte, Lieferverkehr und Umzüge sind ein Einsatzfeld

für die modernen Lastesel – vor allem seit die elektrische Unterstützung das Strampeln erleichtert. Pünktlich zum Sommeranfang hat der VCD mit Förderung durch Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt das Projekt „Lasten auf die Räder!“ gestartet. Das brandneue Informationsangebot gibt wertvolle Infos und bestätigt: 2014 kommt der Durchbruch für das Lastenrad.

... im Einsatz auf Großevents

Großveranstaltungen bringen einen hohen Material- und damit Transportaufwand mit sich. Das gilt nicht allein für die Vorbereitungs- sowie Auf- und Abbauphase. Auch während



der Veranstaltung müssen Güter geliefert, nachgeliefert und entsorgt werden. Beim Kirchentag 2013 in Hamburg mit etwa 800.000 Besuchern wurde erstmals der systematische Einsatz von Lastenrädern als Ergänzung zu Fahrradkurieren und der Pkw/Lkw-Fahrbereitschaft im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans getestet. Die Lastenräder kamen vor allem im Bereich unter 10 Kilometer Entfernung zum Einsatz. Erst ab einem Gewicht des Transportgutes von 300 Kilogramm oder einem Volumen von mehr als einem Kubikmeter wurden Pkws oder Transporter genutzt. Mit diesen Eckdaten arbeitete auch das europäische Forschungsprojekt „Cyclelogistics“ und ermittelte, dass 51 Prozent aller städtischen Transporte mit Fahrrädern oder E-Lastenrädern erfolgen könnten.

Auf Events sind das zum Beispiel der Transport von Post, die Versorgung mit Nachschub, die Verpflegung der Helfer sowie Promotionsstände und Werbeaktionen. Auch beim Einsammeln von Müll, Pfandflaschen und dem Demontieren von Schildern sind Lastenräder der Transporter der Wahl.

... bei Kurierdiensten

Mit dem Boom des Online-Handels sind immer mehr und immer kleinteiligere Lieferungen gefragt – zweifellos ein ideales Einsatzgebiet für Lastenräder. Auch an die Zustellung von Paketen bis 30 kg wird bereits gedacht, sagt Gunnar Uldall vom Bundesverband Internationaler Express- und Kurierunternehmen (BIEK). Große Logistikfirmen wie DHL, Hermes



oder UPS verstärken den Einsatz der Räder. So hat DHL in Deutschland letztes Jahr rund 1.500 neue Elektro-Dreiräder angeschafft und in den Niederlanden bereits 33 Zustellautos durch Lastenräder ersetzt.

... in Handwerk und Gastronomie

Auch Apotheker, Metzger, Hausmeister, Bäcker, Pizzabäcker und Restaurants nutzen immer öfter spezielle Lastenräder. Beispiele für radelnde Lieferdienste sind die Deutsche See (Berlin), Joey's Pizza (bundesweit) und der Lieferdienst für Bio-Lebensmittel city farming (Hamburg). Handwerksbetriebe, wie Raumausstatter, Installateure und sogar Wartungsfirmen für den Öffentlichen Nahverkehr schließen sich dem Beispiel an.

... im Werksverkehr und bei Verlagen

Viele Werksgelände sind sehr weitläufig. Zudem müssen oft Werkzeug, Ersatzteile oder Materialien in Bereiche gebracht werden, in denen keine Kraftfahrzeuge zulässig sind. Auch hier kann das Lastenrad punkten, insbesondere wenn es für den Transport von Europaletten geeignet ist. Schon heute im Werkverkehrs-Einsatz sind Lastenräder bei Evonik (Proben und Ersatzteile), bei Demeter (Erntetransporte) oder beim Landkreisamt Tübingen (Botendienst). BASF hat am Standort Ludwigshafen sogar 1.500 Mopeds durch E-Lastenräder ersetzt. Nicht zuletzt nutzen auch wir beim ALTOP Verlag seit über 20 Jahren Transporträder für den Messeauf- und -abbau, als Promotionstand und zur Ausstattung von Events

Der Boom bei Lastenrädern beschert eine große Vielfalt: ein- und zweispurig, Front- und Hecklader, aufrechte und liegende Fahrerposition.



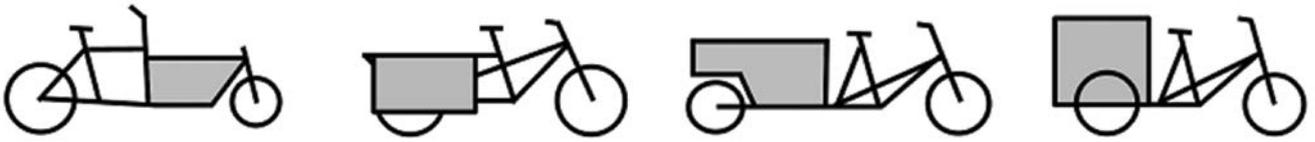
Wer die besten Verkaufsplätze haben will, begibt sich an die Orte, an denen sich die Kundschaft am liebsten aufhält. Nicht umsonst haben die fahrradgetriebenen Eis- und Würstchenstände in Innenstädten und Parks eine lange Tradition. Mittlerweile gibt es sogar mobile Beschallungsanlagen oder „Soundsysteme“ für Veranstaltungen, die mit einem Lastenrad an den Ort des Spektakels kommen.

Nicht zu unterschätzen ist auch der Effekt von Lastenrädern als Werbeträger. Wer regelmäßig von bestimmten Lieferfahrzeugen belästigt, behindert oder bedrängt wurde, wird den dazugehörigen Firmennamen nicht uneingeschränkt positiv im Gedächtnis behalten. Prangt der Firmenname jedoch auf einem Lastenrad, wird dieser – insbesondere von jüngeren, weniger auto-affinen Kunden – mit großer Sympathie wahrgenommen.

in und um München sowie Berlin. Bücher- und Magazinsendungen kommen so zu unseren innerstädtischen Kunden und zur Post, und wo der Weg zur nächsten Bahnstation nicht weit ist, bringen wir selbst unsere VIP-Gäste mit dem Fahrrad statt mit dem e-Auto an den Bahnsteig.

Schneller unterwegs als man denkt ...

Zwar erreichen moderne Kleintransporter Spitzengeschwindigkeiten von 160 km/h und mehr (natürlich bei entsprechendem Spritverbrauch), in der Stadt jedoch liegen die tatsächlich erreichten Durchschnittsgeschwindigkeiten zwischen 20 und 30 km/h. Bei Lastenrädern kann man mit einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 15 km/h rechnen, wobei einige begünstigende Faktoren hinzukommen: Unberechenbarkeiten wie Staus und Parkplatzsuche entfallen, Abkürzungen und enge Wege können benutzt werden, und oft kommt man mit



dem Fahrrad näher an das Ziel der Lieferung heran, sei es eine Haustür, ein Laden oder eine Produktionsanlage.

... kostengünstiger als herkömmliche Lieferfahrzeuge

Viele Güter sind Hunderte oder Tausende von Kilometern gereist. Doch die sogenannte letzte Meile ist besonders teuer, entstehen doch 70 Prozent der Lieferkosten auf den letzten 1,5 Kilometern. Anders sieht es aus, wenn man für die letzte Meile Lastenräder einsetzt.

Es liegt auf der Hand, dass selbst ein spezialisiertes Lastenrad weniger kostet als ein neues Auto. Auch im Unterhalt sind die Unterschiede enorm. Ein Lastenrad verursacht – auch bei elektrischer Unterstützung – keine bis geringe Energiekosten.

Für die meisten Fahrradtypen entfällt zudem die Kfz-Haftpflichtversicherung; nur für die S-Pedelecs, bei denen der Elektroantrieb über 25 km/h nicht abgeregelt wird, besteht Versicherungs- und Führerscheinplicht.

Weiterhin sind die Kosten für Stellflächen deutlich geringer, ebenso wie die Kosten für Reparatur und Wartung. Der VCD (Verkehrsclub Deutschland) bietet einen Online-Kostenrechner an, mit dem sich bequem die Kosten-Unterschiede zwischen Lastenrädern und ausgewählten Kfz-Modellen ausrechnen lassen.

... und mit großer Typenvielfalt.

Der „Use Case“ für das Lastenfahrrad im Allgemeinen besteht darin, die Lücke zwischen Auto und norma-



Das Liegerad punktet durch den niedrigeren Luftwiderstand, im Bild mit zwei Treteinrichtungen.

Wenn Mobilität mal Pause macht...

Fahrradständer und Parksyste^me von **WSM** - platzsparend, standsicher und langlebig.



WSM · Walter Solbach Metallbau GmbH · 51545 Waldbröl · www.wsm.eu





Einspurige Transporträder überzeugen durch ihre Wendigkeit.

So finden Sie das richtige Rad

Um die Auswahl zu erleichtern, hat der ADFC München (Deutscher Allgemeiner Fahrrad Club) eine aktuelle Übersicht der zwei- und dreirädrigen Lastenradtypen erstellt, in der die Vor- und Nachteile wie Gewicht, allgemeines Fahrverhalten, mögliche Zuladung, Kurvenverhalten usw. skizziert sind.

Das brandneue VCD-Projekt „Lasten auf die Räder!“ bietet eine E-Lastenrad-Datenbank an, mit deren Hilfe Sie das für Ihre spezifischen Einsatzzwecke passende E-Lastenrad finden können.

Neben einer Produktschau, die VELOTransport seit 2012 deutschlandweit mit Förderung des Bundesverkehrsministeriums veranstaltet, um der Öffentlichkeit ausgewählte Lastenräder zu präsentieren, finden Sie auf dem unabhängigen Informationsportal auch eine umfangreiche Marktübersicht.

Die größte Produktdatenbank von Rädern, Anhängern und Zubehör finden Sie auf den Seiten des EU-Projektes Cyclelogistics.

In Andreas Kuppingers Nutzkatalog finden Sie eine Gesamtübersicht über das faszinierend vielfältige Angebot von Lasten- und Nutzfahrrädern für alle nur denkbaren Einsatzzwecke.

Falls Sie sich für die Option Leasing interessieren, ist Leaserad eine gute Anlaufstelle.

Und wer in München ein Lastenrad ausleihen will sei auf das Projekt „Daniel“ des ADFC hingewiesen. Dank großzügiger Spende stehen Fahrzeuge zur kostenlosen Ausleihe bereit. Auch hier gilt: Teilen ist besser als besitzen.

lem Fahrrad zu schließen. Aber Lastenfahrrad ist nicht gleich Lastenfahrrad. Entscheidend für die Auswahl des richtigen Modells sind die Art und Menge der durchschnittlich transportierten Güter sowie die örtlichen Gegebenheiten.

Einspurige Räder sind im Fahrverhalten mit normalen Fahrrädern vergleichbar. Aufgrund ihrer Bauweise sind sie wendig, können zwischen parkenden Autos hindurchfahren und benötigen nur eine geringe Abstellfläche. Sie eignen sich für geringe Transportvolumen.

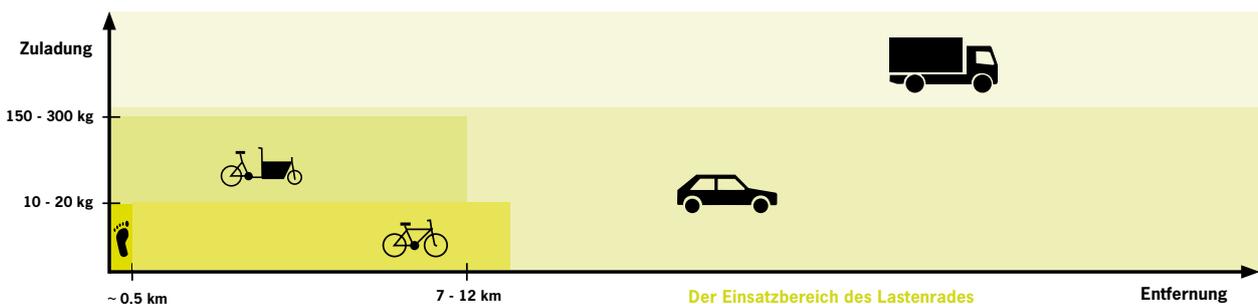
Mehrspurige Räder sind breiter und weniger wendig als einspurige Räder. Sie eignen sich für großvolumige Güter. Diese Fahrzeuge gibt es als Heck- und Frontlader und auch in Versionen als Liegerad. Die Handhabung wird dadurch erleichtert, dass sie beim Abstellen keinen Ständer benötigen. Da mehrspurige Räder viel Platz bieten und stabil stehen, werden sie oftmals als mobiler Verkaufs- und Informationsstand genutzt.

Sind mit dem Lastenrad besondere Gefahren verbunden?

Dass sich ein Fahrrad mit hoher Zuladung anders verhält als das gewohnte Fahrrad mit gerade mal einem Einkaufskorb auf dem Gepäckträger, dürfte einleuchten. Und auch wenn der Fahrer sein Fahrzeug perfekt beherrscht, er kann nur so sicher sein, wie die Technik es zulässt. Bei einem Lastenfahrrad sind die Ansprüche an Lenkung und Bremsen deutlich höher als bei herkömmlichen Fahrrädern oder auch E-Bikes. Achten Sie deshalb auf hohe Qualität und solide Bauweise. Selbstverständlich muss eine ausreichende Rundumsicht gewährleistet sein, was besonders bei voll verkleideten und „kutschenartigen“ Modellen eine Herausforderung darstellt. Wir empfehlen daher aus eigener Erfahrung dringend eine Übungsfahrtstunde, bevor es in den hektischen Großstadtverkehr geht. Unterschätzen Sie dabei nicht die Kippgefahr bei den dreirädrigen Modellen – vor allem bei Frontladern.

CO₂-Bilanz verbessern und sparen

Generell gilt die Faustregel: Je größer der Fahrzeugpool, desto besser können die Fahrzeuge auf den Einsatzzweck hin angepasst werden. Große Fahrzeuge müssen dann nicht für kleine Lieferungen eingesetzt werden und beim innerbetrieblichen Aktentransport, beim Transport von Werkzeugen oder im Postdienst ist ein Lastenrad fast immer die bessere



Die Wahl des richtigen Transportmittels in Abhängigkeit vom Gewicht der Zuladung und der Entfernung.

Grafik: © Christine van Meegen, kirchentag.de/fahrrad



Zweispurige Räder punkten durch den stabilen Stand und die hohe Zuladung.

Egal wie Sie sich entscheiden: Mit Rädern und Lastenrädern in ihrer Unternehmensflotte sorgen Sie nicht nur für eine Verbesserung des Flottenverbrauches und damit der CO₂-Bilanz Ihres Unternehmens. Sie sorgen auch für begeisterte und gesunde Mitarbeiter und eine lebenswerte Innenstadt. Sie helfen, dass die endlos im Stand oder Stau vor sich „hindieselnden“ Lieferfahrzeuge bald der Vergangenheit angehören. ■

Weitere Infos

www.adfc.de | www.lastenrad.vcd.org | www.velotransport.de
www.cyclelogistics.eu | www.nutzrad.de | www.leaserad.de
www.lastenrad-muenchen.de



Die beim Kirchentag 2013 gesammelten Erfahrungen über die Einsatzmöglichkeiten von Lastenrädern wurden unter dem Titel „Leitfaden Lastenräder einsetzen bei Großveranstaltungen, in Großenrichtungen“ im April 2014 veröffentlicht. Die Broschüre kann als pdf unter www.kirchentag.de/fahrrad heruntergeladen sowie in der Geschäftsstelle des 35. Deutschen Evangelischen Kirchentags 2015 kostenfrei angefordert werden: umwelt@kirchentag.de.

Wahl. Bei Anschaffungskosten zwischen 1.000 und 5.000 Euro stellt sich die Frage, ob Kauf oder Leasing sinnvoll ist. Für den Kauf spricht, dass Sie die Fahrzeuge dauerhaft modifizieren können, etwa durch Werbung oder individuelle Aufbauten. Beim Leasing hingegen sparen Sie Kapital für Anschaffungskosten und die monatlichen Leasingraten sind als Betriebsausgaben steuerlich absetzbar. Zudem können Sie nach Ablauf von zwei Jahren auf neue Modelle umsteigen.

ELEKTROFAHRRÄDER von gobaX

Sie suchen Nutzfahrzeuge für Flottenlösungen?

gobaX steht für:

- eine hochprofessionelle Serienfertigung in Deutschland
- eigene Komponenten speziell für Transport und Verleih
- höchste Sicherheit bis 200 Kilogramm Gesamtgewicht
- ein Maximum an Zuverlässigkeit im täglichen Einsatz

Die gobaX GmbH ist beim Kraftfahrtbundesamt als Fahrzeughersteller gelistet. gobaX entwickelt Fahrräder ausschließlich für den gewerblichen Einsatz mit bis zu 40.000 Kilometer Fahrleistung im Jahr.

gobaX

Ihr professioneller Partner für professionelle Anwendungen!

gobaX GmbH | Heerweg 19 | 27116 Mössingen | 07473 378580 | www.gobax-bikes.de



Erfinder retten die Welt

Neueste Patente machen Hoffnung, dass für globale Herausforderungen Lösungen gefunden werden. Das beweist der European Inventor Award: Immer mehr Einreichungen bei diesem „Oscar für Innovation“ kommen aus dem Bereich der Umwelt-Technologien.

Von Dr. Urška Starc Peceny

Erfinder sind die Helden des 21. Jahrhunderts. Ihre Ideen und Patente schaffen nicht nur neue Arbeitsplätze und nachhaltigen Wohlstand. Sie realisieren zunehmend Visionen, von denen man lange nur träumen konnte. Städte, die sich selbst reinigen oder Zugang zu sauberem Wasser für alle Menschen? Entsprechende Patente halten 15 Erfinder, die es aus mehr als 300 Einreichungen ins Finale des prestigeträchtigen „European Inventor Award“ geschafft hatten. Dieser macht seit neun Jahren sichtbar, welches Potenzial zur Problemlösung in den Köpfen von Forschern steckt. „Über 700 Patentansuchen registriert das Europäische Patentamt pro Tag – Tendenz steigend“, so Oswald Schröder, der Erfinder dieses Preises und Kommunikations-Direktor des Europäischen Patentamtes. Er will damit die wichtige Rolle seiner Institution beschreiben, die sie im Innovationsprozess spielt.

Mutter Natur als Vorbild

Zwei der in diesem Jahr nominierten Erfindungen zeigen exemplarisch auf, wie der Trend zu umweltrelevanten Erfindungen konkret aussieht: Geschätzt 1,5 Milliarden Menschen weltweit haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Und auch der Bedarf der Industrie nach sauberem und ganz speziell ultrareinem Wasser steigt stetig. Die Aquaporin-Membran, eine neue Technologie aus Dänemark, zeigt, dass die Aufbereitung dieser kostbaren Flüssigkeit in ihre reinste Form auch ohne hohen und teuren Energieaufwand möglich ist. Bei gängigen Filtertechnologien wird das verschmutzte Wasser unter hohem Druck durch ein aufwendiges System aus Filtern gepresst, um es von Verschmutzung zu befreien und von kleinsten Partikeln wie Mineralien und Salzen zu trennen. Je feiner die Poren, desto reiner das Wasser – desto



Peter Holme Jensen – seine Filtermethode soll die Welt revolutionieren. Nach dem Vorbild der Zellmembranen von Lebewesen entwickelt er Wasserfilter. Der große Vorteil: Hoher Energieaufwand und verstopfte Poren von Filtern sind Vergangenheit.



größer sind aber auch der Energieaufwand und die Gefahr der Verstopfung der Poren. Auf der Suche nach einer energieeffizienteren Methode zur Herstellung von ultrareinem Wasser lieferte die Natur dem Chemiker Peter Holme Jensen den entscheidenden Hinweis: Sie stellt die perfekten Wasserfilter selbst zur Verfügung und zwar in den Zellen von Lebewesen. Dort bilden bestimmte Proteine, die sogenannten Aquaporine, kleinste Kanäle, die Wasser durch die Membran passieren lassen, gleichzeitig aber Fremdstoffe zurückhalten. Die Überzeugung, dass sich dieser Effekt von Biomembranen der Zellen auch auf industrielle Anwendungen übertragen lässt, brachte Holme Jensen im Jahr 2005 dazu, in der Nähe von Kopenhagen ein Biotechunternehmen namens Aquaporine A/S zu gründen. Sein langfristiges Ziel ist es, die Versorgung mit sauberem Trinkwasser global zu verbessern: „Unsere Biomembrantechnologie hat das Potenzial, in Zukunft eine große Rolle zu spielen, wenn es darum geht, die weltweiten Probleme der Knappheit von sauberem Wasser zu lösen.“ Auch die Entsalzung von Meerwasser ist mit dieser Technik möglich. Dieses Patent war für die Jury des Europäischen Erfinderpreises derart überzeugend, dass sie ihm den Sieg in der Kategorie „Kleine und mittlere Unternehmen“ zusprach. Der Preis wurde im feierlichen Rahmen am 17. Juni in Berlin übergeben.

Oscar für Technologie und Innovation

Der Preis gilt zu Recht als Europas Oscar für Technologie und Innovation. Forscher aus fünf Kategorien, deren Erfindungen besonders zum gesellschaftlichen, technischen und wirtschaftlichen Fortschritt beigetragen haben, werden vom Europäischen Patentamt ausgezeichnet. Der Publikumspreis wird per Online-Votum im Internet entschieden. Wie wichtig und prestigereich dieser Erfinderpreis ist, zeigt die Teilnahme von Präsidenten, EU-Spitzen, Ministern, Repräsentanten der europäischen Königshäuser und hochrangigen Vertretern aus Wirtschaft, Forschung und Industrie. Sie sind begeistert von den präsentierten Projekten, zum Beispiel dem „selbstreinigenden Beton und Straßenbelag“.

Beton wird zum „Smog-Fresser“

Jede Großstadt kämpft mit dem Problem der Luftverschmutzung und deren Folgen, denn Abgase gefährden Umwelt sowie Gesundheit und sie verschmutzen Gebäudehüllen. Dank einer Erfindung des Chemikers Luigi Cassar können nun Gebäude nicht nur länger sauber bleiben, sondern selbst zum Schadstoffabbau und zur Verbesserung der Luftqualität beitragen. Ein dünner Überzug eines innovativen Zementanstrichs und die Einstrahlung von Sonnenlicht genügen, um einen Selbstreinigungsprozess sowohl für die Gebäudefassade als



Luigi Cassar – sein Beton soll die Luft der Städte reinigen.

auch für die Luft dauerhaft in Gang zu setzen. Denn die Sonne hat die Kraft, Schadstoffe aufzuspalten, bevor diese sich an der Oberfläche ansammeln und Verfärbungen verursachen. Dazu mischt Cassar dem Zement sogenannte Photokatalysatoren bei. Die Katalysatoren spalten mit Hilfe von Sonnenlicht Schadstoffe in weniger schädliche Elemente auf. Regenwasser „wäscht“ sie problemlos ab. Der Clou: Nicht nur der Beton wird gereinigt, sondern auch die ihn umgebende Luft.

Querdenker für die Zukunft

Erfinder betreten mit ihrem Engagement Neuland, weil sie den Mut haben, quer zu denken. Sie sind Helden, weil sie die Hoffnung haben, dass unsere Zukunft schön sein könnte – und dies ist ein wunderbares Gefühl. Vielleicht rettet sich die Welt ja selbst – durch Ideen, die sie in den Köpfen der Erfinder entstehen lässt.

Informationen und Videos zum Event:
www.epo.org/learning-events/european-inventor_de.html

DR. URŠKA STARC PECENY

hat in Salzburg Kommunikation studiert. Sie war als Journalistin sowie als Strategie- und Kommunikationsexpertin tätig. Zurzeit arbeitet sie am Aufbau der Innovationsplattform RealMakers.org.

Wahre Helden

forum befragte Oswald Schröder, den Kommunikationsdirektor des Europäischen Patentamtes, zur Entstehung des Awards.



Warum haben Sie den Europäischen Erfinderpreis ins Leben gerufen?

Früher hat man nur die juristisch-technische Seite der Patente kommuniziert. Damit kann man aber keine Menschen erreichen. Es ist besser, Geschichten zu erzählen. Frauen und Männer zu zeigen, die tolle Ideen gehabt haben und sie auch umsetzen. Das Storytelling über ihre Schwierigkeiten und Erfolgserlebnisse hilft bei dem, was ein Patentamt eigentlich leisten soll, nämlich Innovation zu befördern.

Wie sieht es mit Erfindungen im Umwelt-Bereich aus?

Wir sehen heute einen klaren Trend: Immer mehr Patente sind von der Natur selbst inspiriert. Sie hat in Millionen Jahren intelligente Lösungen entwickelt, die nun zur Inspiration für technische Erfindungen genutzt werden.

Aber wo sind Erfindungen mit positiver Auswirkung für die Natur?

Natürlich im Bereich der Energie-Effizienz; sehr viel geschieht im Automobil-Sektor, in der Bauwirtschaft, in der Systemsteuerung von Häusern und Industrieanlagen, und auch im Waste-Management – um nur einige Bereiche aufzuzählen.

Warum haben Sie diesen Preis ins Leben gerufen?

Um Unternehmen auszuzeichnen, die auf dem richtigen Weg sind. Um auch KMUs und Universitäten die Chance zu geben, mit ihren Erfindungen bekannt zu werden. In der Kategorie Lebenswerk geht es darum, verdiente Menschen, die sonst oft im Schatten stehen, ins Rampenlicht zu stellen. Für mich sind Erfinder die wahren Helden des 21. Jahrhunderts!

Innovative Werbemöglichkeiten

Hof voller Ideen

HERZAPFELHOF
 Herzapfelhof
 Pflück-Paradies

HERZAPFELHOF®

HERZAPFELHOF LÜHS
 Osterjork 102
 21635 Jork/Altes Land
 Tel.: 04162 254820-0
www.herzapfelhof.de

LOGO-ÄPFELI sind ganzjährig und kurzfristig lieferbar.

MIT NATUR UND NACHHALTIGKEIT BEGEISTERN!

www.viis.de

Corporate Responsibility Manager (CR-Manager)

Nachhaltigkeitsbeauftragte(r)

Dreitägiger Praxis-Lehrgang mit Zertifikat über die unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement angelehnt an DIN ISO 26 000

Offenbach: ■ 08.-10.09.2014 | ■ 01.-03.12.2014 | ■ 04.-06.05.2015 | ■ 28.-30.09.2015 | ■ 07.-09.12.2015

Die Globalisierung mit ihren Auswirkungen auf Wirtschafts- und Sozialsysteme und Bürger hat die Erwartungen an Unternehmen verändert.

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen wird inzwischen immer vehementer von Kunden, Verbrauchern, Investoren, Mitarbeitern, Behörden, Geschäftspartnern und Nichtregierungsorganisationen gefordert.

Unternehmen, die sich auf diese Entwicklungen durch ein Nachhaltigkeitsmanagement frühzeitig einstellen, erhöhen die Akzeptanz ihres Handelns, erschließen sich Wettbewerbsvorteile, mindern ihre Risiken und sichern so den Bestand ihres Unternehmens.

Das Seminar vermittelt praxisnah die Kenntnisse zur erfolgreichen Einführung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen sowie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Nachhaltigkeitsbeauftragte berichten über ihre Erfahrungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten in ihren Unternehmen. Es werden Lösungen für den Mittelstand sowie für große Unternehmen aufgezeigt.

Sie erwerben die Grundlagen, um als Nachhaltigkeitsbeauftragter oder CR-Manager tätig zu werden.

Zielgruppe

Nachhaltigkeitsbeauftragte, CR-Manager, Umwelt- und Qualitätsmanagementbeauftragte, Geschäftsführer, Führungskräfte, die mit Fragen des verantwortungsvollen und nachhaltigen Handelns konfrontiert werden oder das Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen implementieren sollen.

Seminarinhalte

- 1. Tag Grundlagen zum Nachhaltigkeitsmanagement**
- 2. Tag Umsetzung von Corporate Responsibility (CR) und Nachhaltigkeit im Unternehmen/ Praxisbericht Mittelstand**
- 3. Tag Kommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung/ Praxisbericht aus einem Konzern**

Referenten:

Dr. Arnd Hardtke, Dr. Hardtke Unternehmensberatung GmbH, Gaimersheim. Autor vieler Publikationen insb. zu CSR; Mitglied des DIN-Ausschusses NASG-AA1 „Gesellschaftliche Verantwortung von Organisationen“; vertrat in der Arbeitsgruppe zur ISO 26 000 die deutsche Delegation.

Dr.-Ing. Detlef Matz, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement; Werner & Mertz GmbH Mainz (Marken Frosch, Erdal, emsal, etc)

Stefan Küst, bis 2010 Leiter Gesellschaftspolitik, KarstadtQuelle und Leiter Corporate Responsibility, Primondo. Seit 2010 CR Consulting Stefan Küst + Christian Schweizer.

Leitung: *Dipl.-Biol. Christine Jansen*, UIO

Gebühr: € 995,- zzgl. gesetzl. MwSt.

Zeiten: 1. Tag: 09:30 - 17:00 Uhr
2. + 3. Tag: 09:00 - 17:00 Uhr

Web-Link: www.umweltinstitut.de/022-137

ANMELDUNG (Bitte oben ihren Wunschtermin ankreuzen) oder **Informationsmaterial anfordern**
per FAX (069) 82 34 93 per Email an mail@umweltinstitut.de oder über www.umweltinstitut.de

Name: Telefon:
Firma: E-Mail:
Adresse: Unterschrift: Datum:

Nach Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. In der Gebühr sind ausführliche Seminarunterlagen, Erfrischungsgetränke, Kaffee, Gebäck und Pausensnacks enthalten. Es gelten unsere AGBs, die Sie im Umweltinstitut oder auf unserer Homepage unter www.umweltinstitut.de einsehen können.



UMWELTINSTITUT AKADEMIE FÜR ARBEITSSICHERHEIT UND UMWELTSCHUTZ

www.umweltinstitut.de

Umweltinstitut Offenbach GmbH | Frankfurter Str. 48 | 63065 Offenbach a. Main
☎ 069 - 810679 | Fax: 069 - 823493 | mail@umweltinstitut.de





Karl Ludwig Schweisfurth, einst größter Fleischfabrikant Europas, auf seinem Ökohof in Herrmannsdorf: „Wir müssen weniger Fleisch essen.“

„Für Uli Hoeneß ist Öko Quatsch“

Karl Ludwig Schweisfurth verkaufte sein Fleischimperium „Herta“ und baute einen ökologischen Musterhof auf. **forum** erzählt er, warum Uli Hoeneß und ihn Welten trennen und weshalb der symbiotischen Landwirtschaft die Zukunft gehört.

Ein Interview von Anna Gauto

Herr Schweisfurth, Sie haben den Fleischkonzern Herta in den 1980er-Jahren verkauft und dann die biologischen Herrmannsdorfer Landwerkstätten aufgebaut. Warum?

Da kam einiges zusammen. Die berühmte Wandlung des Saulus zum Paulus auf dem Wege nach Damaskus war ja unmittelbar. So war das bei mir nicht. Ich brauchte einige Jahre. Ganz wichtig war die kritische Haltung meiner Kinder gegenüber der Intensivtierhaltung und dem Tempo, den ein solcher Konzern verlangt.

Woher kam die kritische Haltung Ihrer Kinder?

Mit Else fing alles an. Da war meine Tochter Anne vielleicht zehn Jahre alt und bekam das erste Pferd, Else. Dann kamen andere Tiere hinzu. Meine drei Kinder haben sie über viele Jahre gepflegt. Das hat meine Kinder geprägt. Vor allem mein Sohn Karl hat gesagt: Vater, mit Deinem Riesenladen will ich nichts zu tun haben. Immer mehr und immer schneller muss alles sein. Du fliegst nur noch durch die Weltgeschichte, von Konferenz zu Konferenz, was soll das? Die verdammten Blagen hielten mir den Spiegel vor. Dafür bin ich sehr dankbar. Ich wäre sonst wohl nicht mehr da.

Welche Rolle spielte Mitleid mit den Tieren?

Ich wollte wissen, wo die Tiere herkommen, die in meinen Schlachthäusern geschlachtet wurden. Denn meine Kinder hatten Recht. Also bin ich in Norddeutschland zu einem Bauernhof gefahren. Das ist 30 Jahre her, aber ich erinnere

„Mir ging es durch
Mark und Bein.“

mich, als wäre es gerade eben gewesen. Ich kam in einen Stall irgendwo bei Osnabrück. Da waren 1.000 Schweine in einem Stall, heute sind es 20.000. Wie es da gerochen hat, die Tiere auf Spaltenböden. Mir ging es durch Mark und Bein. Dann dieser Bauer.

Was war mit ihm?

Das war kein Bauer mehr, das war ein Tierfabrikant. 30 Jahre ist das her und natürlich ist die Entwicklung in Richtung Intensivierung weitergegangen. Heute sind die meisten Bauern



In der symbiotischen Landwirtschaft sind Tiere wechselseitig Dienstleister. So schützen Schweine Hühner vor Räubern. Hühner wiederum befreien Schweine von Parasiten.



keine Bauern mehr, sondern Tierfabrikanten. In riesengroßen Ställen halten sie beispielsweise 30.000 Hühner. Ich hatte damals schon gemerkt, dass mit den Tieren, die wir verarbeiteten, etwas nicht stimmte. Beim kleinsten Schrecken bekamen die einen Herzinfarkt und fielen tot um. Das Fleisch war wässrig, man konnte keinen richtigen Schinken daraus machen. Bei meinem Besuch auf diesem Hof sah ich, warum das so war. Das hat eine Menge bei mir bewirkt und war der Grundstein für die Herrmannsdorfer Landwerkstätten.

Biobauern stehen unter großem Druck, besonders seit die Nachfrage nach Energiepflanzen die Pachtpreise in die Höhe treibt. Zwischen 2003 und 2010 sind 2.900 Bio-Bauern in die konventionelle Landwirtschaft zurückgekehrt. Bio brachte zu wenig ein. Weshalb würden Sie jungen Bauern trotzdem raten, auf ökologischen Landbau zu setzen?

Weil ich fest davon überzeugt bin, dass wir sonst sehenden Auges ins Verderben rennen. Wir nutzen die Natur in einer Weise, die nicht zukunftsfähig ist. Und das, obwohl wir wissen, was wir falsch machen. Der Weltagrarbericht, der 2006 erschienen ist, beschreibt das ganz genau. Dennoch werden die Tierfabriken immer größer, obwohl deren Leiter ja keine dummen Leute sind.

Es geht ja auch um Geld. Nicht jeder Bauer hat die finanziellen Mittel und damit den Raum für Experimente. Bis Herrmannsdorf sich selbst getragen hat, sind Jahre vergangen.

Wir leben in einem System mit festen Strukturen. Man kann nur erfolgreich etwas anders machen, wenn man den Mut hat, aus dem System auszusteigen und alles wieder zusammenzubringen. Die Landwirtschaft mit der Tierhaltung. Die kleine handwerkliche Metzgerei, in der die Tiere ohne lange Transporte achtsam geschlachtet und zu Fleisch, Schinken und Würsten verarbeitet werden, mit dem eigenen Vertrieb. Es ist wichtig, die Erzeugnisse über den Verkaufsladen unmittelbar bei der Metzgerei direkt an den Endverbraucher

zu richten. Vergessen Sie Lidl, Aldi oder Tengelmann und wie sie alle heißen. Diese stehen in hartem Konkurrenzkampf und wenn Sie denen ihre Erzeugnisse verkaufen wollen, schneiden die ihnen wieder den Hals ab. Dann kriegen Sie nicht die Preise, die Sie als Biobauer kriegen müssen. Wenn der Biobauer auf den Einkäufer von Edeka angewiesen ist, wird es nicht funktionieren. Deshalb muss er direkt mit dem Endverbraucher kommunizieren und Vertrauen schaffen. Er braucht ein eigenes kleines Geschäft, wo er seine hochwertige Ware zu dem Preis, den er braucht, anbieten kann. Also raus aus dem System.

Das klingt so einfach...

Man muss den Betrieb einfach und bescheiden halten, ohne viel teure Technologie. Man darf nur geringe Investitionen tätigen, sonst verschuldet man sich bis unter die Nase und ist kein freier Mann mehr. Dann arbeitet man für die Bank. Aber höchste Geschmacks- und Gesundheitsqualität muss sein. Ganz einfach.

„Wir fressen die Erde kahl“

Die Agroindustrie sagt uns: Ökologischer Landbau kann nicht alle satt machen. Wir brauchen leistungsfähigere Pflanzen, die auf weniger Boden mehr Ertrag bringen.

Uli Hoeneß sagt das auch. Ich sehe das aber komplett anders, weil ich eine andere Weltanschauung habe. Die Landwirtschaft, die wir heute betreiben, führt in spätestens 20 Jahren ins Chaos. Wir fressen die Erde kahl, wenn wir weiterhin so viel Fleisch produzieren und alle Menschen auf der Welt so viel Fleisch essen, wie wir das hier tun. Dann schlagen wir uns die Köpfe ein. Es funktioniert einfach nicht, mit Technik und Energie immer mehr aus dem Boden und aus den Tieren herauszuholen. Ausbeutung, Zerstörung und Verschwendung – ich bin so sicher, dass dieses System kaputt geht.



Besucher werden in Herrmannsdorf neugierig begrüßt.

Warum versuchen Sie nicht andere Entscheider zu beeinflussen, damit diese den Biolandbau vorantreiben – Sie haben Uli Hoeneß angesprochen...

Das ist schwierig. Viele Menschen glauben, neuere, bessere Technologien seien der Schlüssel. Das sind keine schlechten Leute, die haben einfach eine andere Weltanschauung. Für Uli Hoeneß, der eine große Fleischwarenfabrik hat, ist Öko Quatsch. Uli Hoeneß kann ich nicht überzeugen.

Haben Sie es versucht?

Ach was. Das ist doch vertane Zeit. Genauso wenig hätte Uli Hoeneß mich überzeugen können. Für mich ist es wichtig, achtsam mit der Natur umzugehen. Die Natur ernährt uns, und wir sind ein Teil von ihr. Wir entscheiden über unser eigenes Schicksal. Die Natur kriegen wir nicht kaputt, aber uns schon. Wir können neun oder gar zehn Milliarden Menschen ernähren, wenn wir achtsam und kultiviert mit unseren

Symbiotische Landwirtschaft

Die symbiotische Landwirtschaft kombiniert Wald, Wiese und Weideflächen und ist für Karl Ludwig Schweisfurth eine radikal andere Form der Landnutzung, insbesondere bei der Haltung von Tieren. Ziel ist die höchstmögliche Geschmacks- und Gesundheitsqualität von Fleisch sowie die Wahrung ethischer Grundwerte im Umgang mit dem Leben. Maßgeblich ist dabei zum einen, dass Nutztiere wie Rinder, Schweine, Schafe, Hühner, Enten, Gänse, Puten etc. miteinander in einem Koppelsystem von Weiden leben. Die Tiere leben von den Pflanzen, die dort angebaut werden und bilden untereinander Symbiosen: So schützen die Schweine die Hühner vor Räubern und wühlen den Boden auf, in dem die Hühner Futter finden. Gleichzeitig befreien die Hühner die Schweine von Parasiten und Krankheitserregern. Damit die Böden sich von den Tieren erholen können, ist zum anderen Mobilität entscheidend. Wie ein Wanderzirkus ziehen Tiere und Futterstellen von Koppel zu Koppel. Das System funktioniert allerdings nur, wenn genug Platz vorhanden ist.

Ressourcen umgehen. Unter einer Bedingung: Wir müssen weniger Fleisch essen.

Gefährden Sie mit der Forderung, weniger Fleisch zu konsumieren, nicht Ihre eigene Geschäftsgrundlage?

Die Menschen sollen ja nicht komplett auf Fleisch verzichten müssen. Aber sie sollen weniger und dafür gutes Fleisch essen. Ich habe das tolle Buch von Jonathan Safran Foer „Tiere essen“ gelesen und lebe seit zwei Jahren vegetarisch – wenn ich nicht in Herrmannsdorf bin. Ich bestelle kein Kalbsschnitzel oder Wiener Backhendl in einem Restaurant, wenn ich nicht genau weiß, wo die Tiere herkommen.

Dürfen wir überhaupt Tiere töten?

Ja, denn es ist ein Grundgesetz der Natur: Das eine lebt vom anderen. Wir können natürlich vegetarisch leben. Aber dann essen wir Eier und trinken Milch. Alte Hühner werden auch getötet. Damit die Kuh Milch gibt, muss sie ein Kälbchen gebären, aus den männlichen Kälbern werden Schnitzel, und schon ist man wieder im System. Konsequenter wäre es, Veganer zu sein. Das ist ehrlicher. Meine Philosophie ist daher: Wenn ich schon ein Tier töte, was mir nicht leicht fällt, muss das Tier anständig gelebt haben und achtsam in den Tod befördert werden.

Vor welchen aktuellen Herausforderungen steht Ihr Betrieb?

Wir sind gut aufgestellt, haben einen großen Kundenstamm, der auf Herrmannsdorf schwört. Aber für mich und meine Familie ist klar, wir wollen nicht größer werden, nicht weiter wachsen. Wir wollen nur noch besser und schöner werden. Deshalb mache ich heute eine „symbiotische“ Landwirtschaft.

Was verstehen Sie unter symbiotischer Landwirtschaft?

Es ist ein Paradigmenwechsel. Als ich vor zehn Jahren den Hof an meine Kinder übertragen habe, stellte sich die Frage, was mache ich denn jetzt. Ich spiele kein Golf und interes-

siere mich nicht für Kreuzfahrten. Aber ich will wissen, wie ich Gutes noch besser machen kann. Wie kann ich noch bessere Würste und Schinken herstellen? Also habe ich die Tiere aus den Ställen geholt – rein in die Natur, in die Wiesen und Hecken. Die Schweine haben nichts verlernt und sofort angefangen, im Boden nach Nahrung zu wühlen. Ich brauche also keine Pflüge, ich habe ja die Schweine. Schweine sind meine wichtigsten Mitarbeiter.

Dann kamen die Hühner dazu...

Hühner sind zu Recht ängstliche Wesen. Fuchs und Habicht sind hinter ihnen her. Bei den Schweinen fühlen sie sich aber sicher. Wenn die Schweine schlafen, picken die Hühner ihnen die Parasiten vom Rücken. Die Tiere bleiben immer nur für eine bestimmte Zeit auf dem Boden, dann kommen sie auf eine andere Fläche voll mit unterschiedlichen Pflanzen, die sie kostenlos „mähen“. So kann sich der Boden regenerieren. Die alten Bauern haben gesagt, Schweisfurth, Du spinnst! Das weiß man doch, dass die Schweine die Hühner sofort fressen. Im Stall ja. Da würden die Schweine in kürzester Zeit alle Hühner auffressen. Aber nicht in der freien Landschaft. Und siehe da, eine wunderbare Symbiose ist entstanden: Das Zusammenleben verschiedener Arten zum gegenseitigen Nutzen – und zu deren Wohlbefinden.

Und das funktioniert?

Ja. Den Tieren geht es gut, das Fleisch schmeckt gut, besser geht's überhaupt nicht. Es ist teuer, darin steckt der wahren Preis für die Qualität, die man bekommt, aber es ist nachhaltig.

Ist die Symbiotische Landwirtschaft finanziell tragfähig?

Allein für sich wohl nicht. Sie funktioniert nur in fairer Kooperation mit einem ökologischen Metzger, der die Produkte nach guter Handwerkskunst erzeugt, dabei die Warmfleischtechnologie konsequent einsetzt, selber würzt und auf Zusatzstoffe verzichtet. Unverzichtbar ist der eigene Verkaufsladen, wo man seine Erzeugnisse dem Verbraucher direkt anbietet. So kann man mit dem Kunden kommunizieren und glaubhaft machen, warum hier alles so ganz anders ist. Dann akzeptieren die Menschen den höheren Preis und das Ganze rechnet sich.

Was soll die Zukunft bringen?

Ich möchte, dass es viele Leuchttürme gibt. Denn ich denke nicht, dass sich das System von sich aus verändert. Daher brauchen wir gute Vorbilder. Das Prinzip muss sein, dass den Tieren kein Leid und kein Schmerz zugefügt wird. Wenn es den Tieren gut geht, geht es auch den Menschen gut. Ich weiß nicht, ob der Name symbiotische Landwirtschaft bleibt. Aber das Bewusstsein, das dahinter steht, Vielfalt, Kreisläufe, finde ich immer häufiger in den Medien. Ich behaupte, das vergangene Jahrhundert war die Zeit der Monokulturen. Dieses Jahrhundert wird die Zeit der Vielseitigkeit in der Landwirtschaft, der Symbiose. Ich würde mich freuen, wenn mehr Menschen, aufbauend auf unseren Erfahrungen, aktiv würden. Und wenn vermögende Menschen ihr Geld dafür einsetzen, ähnliche Leuchttürme aufzubauen, zu Ihrem eigenen Wohl und zum Wohl der Menschheit. Also, kucken wir mal. ■

Unsere Buch-Tipps zum Weiterlesen



Karl Ludwig Schweisfurth

Der Metzger, der kein Fleisch mehr isst

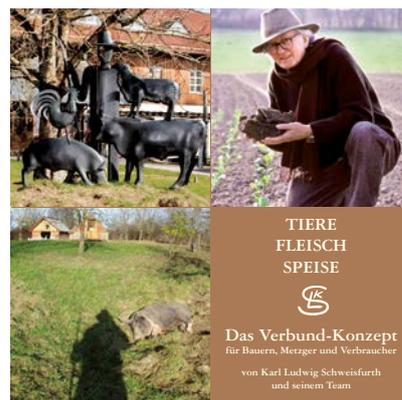
oekom verlag München, 2014

Mit einem Vorwort von Sarah Wiener

236 Seiten, 19,95 EUR

ISBN-13: 978-3-86581-470-8

Zwölf interessante Geschichten, die den passionierten Metzgermeister zum „Auswärts“-Vegetarier machten.



Karl Ludwig Schweisfurth

Tiere – Fleisch – Speise

Das Verbundkonzept

Wir stellen unsere Erfahrungen Unternehmern, Bauern und Handwerkern gerne zur Verfügung.

Broschüre gegen Schutzgebühr von 5,- € erhältlich bei:

Herrmannsdorfer Landwerkstätten, Steinhauser@herrmannsdorfer.de

Mehr als ein Apfelbäumchen ...

Interview mit dem Mitgründer und langjährigen Vorsitzenden von B.A.U.M., Prof. Dr. Maximilian Gege, anlässlich des 30. Jubiläums des Netzwerks



Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management ist die größte Vereinigung nachhaltig wirtschaftender Unternehmen. Der Vorstandsvorsitzende Prof. Gege leitet die Geschicke des Vereins seit dreißig Jahren und ist ein Umweltexperte der ersten Stunde. Im Interview erfahren Sie mehr über das engagierte Unternehmens-Netzwerk.

Herr Professor Gege, vor 30 Jahren haben Sie gemeinsam mit anderen B.A.U.M. gegründet. Damit haben Sie weit mehr gepflanzt als das sprichwörtliche Apfelbäumchen. 30 Jahre Engagement für nachhaltiges Wirtschaften – das ist eine tolle Leistung!

Wir sind in der Tat sehr dankbar und froh, dass unser Netzwerk nachhaltig wirtschaftender Unternehmen 2014 auf 30 Jahre erfolgreiche Arbeit zurückblicken kann. Dies wäre nicht möglich, ohne die wertvolle Unterstützung durch unsere Mitgliedsunternehmen sowie viele Persönlichkeiten aus Politik, Verbänden, Wissenschaft und Medien – und auch nicht ohne den Einsatz der Mitarbeiter des B.A.U.M. e. V. und des gesamten B.A.U.M.-Netzwerks. Allen Unterstützern möchte ich an dieser Stelle ganz herzlich danken.

Wie kam es 1984 zur Gründung von B.A.U.M.?

Bereits in den 70er Jahren hatten wir in der Firma Ernst Winter & Sohn, in der ich als Direktor für Planung und Umwelt tätig war, ein integriertes System umweltorientierter Unternehmensführung eingeführt, das damals allerdings bei vielen Unternehmern Erstaunen auslöste. Es ist eines der großen Verdienste von Dr. Georg Winter, der damals geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens war, dass er trotz des Gegenwinds unsere Vision einer umfassenden, umweltorientierten Unternehmensführung auch im eigenen Unternehmen weiter forcierte. In Dr. Peter C. Mohr, Dr. Hans-Heinrich Hatlapa, Prof. Jan Hensmann u. a. fanden wir dann Mitstreiter, die ebenso wie Georg Winter und ich davon überzeugt waren, dass Ökologie und Ökonomie keine Gegensätze sein müssen, sondern dass nur die Verbindung beider Aspekte Unternehmen und Gesellschaft zukunftsfähig gestaltet. Ge-

meinsam haben wir dann 1984 diese erste Umweltinitiative der Wirtschaft ins Leben gerufen. Ich möchte an dieser Stelle auch Hans Hermann Münchmeyer herzlich danken, der B.A.U.M. gerade in der Gründungszeit sehr unterstützt hat.

B.A.U.M. ist heute in Europa die größte Initiative ihrer Art.

Dabei haben wir ganz klein angefangen. Mit zunächst zwei ABM-Mitarbeiterinnen und geringen Finanzmitteln stand ich vor der Herausforderung, eine effiziente und erfolgreiche Organisation aufzubauen und Unternehmen für eine B.A.U.M.-Mitgliedschaft zu gewinnen. Ich erinnere mich noch sehr gut an ein Gespräch mit Dr. Michael Otto und den anschließenden Beitritt von Otto als eines der ersten Großunternehmen. Danach folgten Unternehmen wie Neumarkter Lammsbräu, Dr. Oetker, die Hamburger Wasserwerke, die Commerzbank und die Deutsche Bank, Elektrolux, Bosch Siemens Hausgeräte u. v. a. Entscheidend war für B.A.U.M., sehr schnell renommierte Unternehmen zu gewinnen, die dann als Referenzbeispiele für weitere potenzielle Mitglieder von entscheidender Bedeutung waren. Parallel bauten wir die ersten Erfahrungsaustauschgruppen auf und entwickelten Checklisten für die praxisorientierte Umsetzung in den Unternehmen. Diese Checklisten wurden dann im Rahmen eines ersten Forschungsprojekts im Auftrag des damaligen Bundesumweltministers Prof. Dr. Dr. Klaus Töpfer noch detaillierter ausgearbeitet.

Worin sehen Sie die Gründe für den Erfolg Ihres Netzwerks?

Einen branchenübergreifenden Verband wie den unseren, der sowohl Großunternehmen als auch KMU zu seinen Mitgliedern zählt, gibt



Die Mitarbeiter von B.A.U.M. e.V. und der B.A.U.M. Consult Hamburg vor der Hauptgeschäftsstelle des Netzwerks in Hamburg-Eimsbüttel.



Ritterschlag: die Aufnahme von B.A.U.M. 1991 in die „Global 500 Roll of Honour“ durch die UNEP. Im Bild (v. l.) Dr. Georg Winter und Prof. Dr. Maximilian Gege mit dem schwedischen König Carl XVI. Gustav und dem Executive Director der UNEP Kamal Tolba.

es in vergleichbarer Größe nicht. Unsere Mitglieder eint eine gemeinsame Vision. Dabei spielt auch der menschliche Aspekt eine bedeutende Rolle. Wer Teil des Netzwerkes ist, erhält von uns und den anderen Mitgliedern Unterstützung in vielen Bereichen. B.A.U.M. gibt seinen Mitgliedern Impulse und wird gelegentlich auch unbequem. Wir stellen zwar niemanden öffentlich an den Pranger, suchen aber immer wieder den Dialog mit Mitgliedern, bei denen etwas in puncto Nachhaltigkeit zu verbessern ist. Auch der Politik gegenüber vertreten wir unsere Interessen durchaus kritisch. Mit Positionspapieren, Kampagnenvorschlägen und zahlreichen Gesprächen versuchen wir, parteienübergreifend zu überzeugen, dass die Politik die Grundlagen für eine nachhaltige Wirtschaftsweise durch nachhaltige Rahmenbedingungen legen muss.

Das U in B.A.U.M. steht für „umweltbewusst“, doch Sie bezeichnen sich heute als Netzwerk nachhaltig wirtschaftender Unternehmen.

Ja, selbstverständlich hat sich der Fokus in den vergangenen 30 Jahren erweitert. Neben der Ökologie sind Ökonomie und die soziale Kompetenz eines Unternehmens gleichberechtigte Ziele eines nachhaltigen Wirtschaftens.

Neben B.A.U.M. e. V. gibt es auch die B.A.U.M. Consult. Wie hängen diese beiden Organisationen zusammen?

Die B.A.U.M. Consult hat ihren Fokus stärker auf der technischen und ausschließlich beratenden Expertise. Sie besteht heute aus drei selbstständigen Unternehmen mit Sitz in Hamburg, München und Hamm. Die älteste dieser drei Gesellschaften ist die in München, die ich 1993 gemeinsam mit dem heutigen Geschäftsführer Ludwig Karg gegründet habe – nach einem Gespräch mit dem bayerischen Umweltminister und der Zusage für ein Projekt: die Erstellung eines umfangreichen Leitfadens für „Umweltschutz in der

Gemeinde“. B.A.U.M. Consult und B.A.U.M. e. V. arbeiten eng zusammen und ergänzen sich bei ihren Aufgaben.

Außerdem gehört zur B.A.U.M.-Familie als jüngstes Mitglied noch die B.A.U.M. Zukunftsfonds eG. Was war der Anlass zu dieser Gründung?

Oft habe ich mich gefragt, warum Unternehmen – trotz der offensichtlichen Vorteile – Energieeffizienzmaßnahmen in zu geringem Umfang umsetzen. In zahlreichen Gesprächen mit Entscheidungsträgern wurde mir immer deutlicher, dass neben unzureichendem Wissen über die Einsparpotenziale der Energieeffizienz und fehlenden Organisationsstrukturen auch mangelndes Kapital eine Ursache war. Um hier eine Lösung zu bieten, habe ich das Konzept des Zukunftsfonds entwickelt und gemeinsam mit Mitstreitern dann die B.A.U.M. Zukunftsfonds eG gegründet. Der Zukunftsfonds finanziert Energieeffizienzprojekte in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen. Die eingesparten Summen bleiben z. T. bei dem Unternehmen bzw. der öffentlichen Einrichtung, z. T. fließen sie zurück an den Zukunftsfonds. So können wir den Anlegern 3,5 bis 4 Prozent Rendite bieten. Wir haben das Konzept jetzt zu einem regionalen Zukunftsfonds-Modell weiterentwickelt und können so auch Städte beim Klimaschutz durch eine großzügige Förderzusage des Bundesumweltministeriums aktiv unterstützen.

Energieeffizienz ist für Sie ein wichtiges Thema.

Ja, ich war schon früh der Ansicht, dass wir die drei größten Klimaschutzhebel, die Deutschland hat, viel zu lange links liegen gelassen haben: das Energiesparen, die Verbesserung der Energieeffizienz und die erneuerbaren Energien, wobei wir hier ja zahlreiche sehr erfolgreiche Projekte wie „Umwelt gewinnt“, „Solar – na klar!“, „Die familienfreundlichen Haushalte“, den „Hamburger Klimawettbewerb“ u. a.



Solkampagne 2000: Dr. Maximilian Gege (Mitte) neben der damaligen Bundesumweltministerin Dr. Angela Merkel (3. v. r.) und DBU-Generalsekretär Dr. Fritz Brickwedde (2. v. r.) bei einer Podiumsdiskussion.



B.A.U.M. selbst zeichnet herausragende Persönlichkeiten mit dem B.A.U.M.-Umweltpreis und dem Internationalen B.A.U.M.-Sonderpreis aus. Im Bild die Preisträger 2012 und der B.A.U.M.-Vorstand beim Empfang durch Bundespräsident Joachim Gauck.

realisiert haben. Leider reichen die bisherigen Energieeffizienzfortschritte bei weitem nicht aus, die Energiewendeziele zu schaffen. Als Mitglied des fachlichen Beirats der DENEFF gehörte ich im September zu den Erstunterzeichnern der Forderung nach einer integrierten Politik. Die Steigerung der Energieeffizienz bzw. Energieeinsparungen werden zu einer der Schlüsselfragen für den Erfolg der Energiewende. Wir von B.A.U.M. wissen aus vielen Untersuchungen vor Ort, dass ein effektiver Klimaschutz durch Energieeffizienz in allen Unternehmen möglich ist und CO₂-Emissionen sowie Energiekosten beträchtlich reduziert werden können.

B.A.U.M. hat viele erfolgreiche Projekte durchgeführt und für seine Arbeit zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen erhalten. Welche davon sind Ihnen besonders wichtig?

Eine große Ehre waren natürlich die Aufnahme von B.A.U.M. 1991 in die „Global 500 Roll of Honour“ durch die UNEP sowie das Bundesverdienstkreuz, das ich 1997 erhalten habe. Aber auch andere Preise und Auszeichnungen, wie z. B. der Vision Award, die Auszeichnung des von mir initiierten Projekts „Solar – na klar!“ 2001 durch die Europäische Kommission als „Best National Renewable Energy Partnership“, der Umweltschutzpreis des BDI für die von mir herausgegebene Publikation „Kosten senken durch Umweltmanagement“ oder auch die mehrfache Anerkennung unserer Projekte als offizielle Projekte der UN-Dekade „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“, sind Motivation und Ansporn für die weitere Arbeit. Sehr gefreut haben wir uns auch über den ersten Platz im Ranking „Deutsche Standards“ zur unternehmerischen Beteiligung an Organisationen und Initiativen.

Neben der Publikation, die Sie soeben erwähnt haben, haben Sie noch zahlreiche andere zum Thema Umwelt-

management veröffentlicht, z. B. auch „Was Manager von der Blattlaus lernen können“ oder „Unterwegs zu einem ökologischen Wirtschaftswunder“.

Mein Ziel war es immer, den Gedanken des vorsorgenden Umweltschutzes in die Unternehmen zu tragen. Mittel hierzu sind neben den vielen Veranstaltungen, die wir von B.A.U.M. organisieren, auch Vorträge, die Teilnahme an Podiumsdiskussionen und eben auch die Publikation von Fachartikeln und Büchern.

Und neben alledem haben Sie auch noch die Zeit gefunden, sich ehrenamtlich in zahlreichen Gremien zu engagieren!

Ja, auch meine Mitwirkung in Beiräten und Juries dient dem nachhaltigen Interesse unserer Mitglieder. So kann ich als Beirat von wissenschaftlichen Einrichtungen oder von Initiativen im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit dazu beitragen, die Themen, die uns gemeinsam am Herzen liegen, voranzutreiben. Als Jurymitglied habe ich die Möglichkeit, auf die Verleihung von Preisen an engagierte Unternehmen und Persönlichkeiten Einfluss zu nehmen und auf diese Weise gute Praxisbeispiele bekanntzumachen. Und durch meine Stiftung „Chancen für Kinder“ trage ich auch zu den wichtigen sozialen Herausforderungen positiv bei.

Zum Abschluss noch ein Blick in die Zukunft: Was wünschen Sie sich für B.A.U.M. in den nächsten Jahren?

Ich wünsche natürlich sehr, dass sich B.A.U.M. auch in den nächsten 30 Jahren so positiv entwickelt und wie bisher nachhaltige, Nutzen stiftende Projekte erfolgreich realisiert. Und weitere Mitglieder gewinnt, mit denen wir genauso vertrauensvoll und positiv zusammenarbeiten können wie mit unseren zahlreichen aktuellen Mitgliedern und Partnern aus allen gesellschaftlichen Bereichen. ■



Mauern durchbrechen – feiern wie nie!

Wurzeln und Sprösslinge sind die Vorboten starker Bäume und können Mauern durchbrechen. Das gelingt auch Jane Goodall. Die berühmte Schimpansenforscherin ist eine unermüdliche Aktivistin für Umweltschutz und gesellschaftlichen Fortschritt. Wer diese Frau, die zu den außergewöhnlichsten Persönlichkeiten unseres Jahrhunderts zählt, live erleben möchte, sollte zum 30-jährigen Jubiläum von B.A.U.M. e.V. nach Hamburg kommen und dort nicht nur auf den B.A.U.M. e.V., sondern auch mit der 80-jährigen Jane Goodall anstoßen.

Von Laura Gettmann

Ein Schimpansenruf, ein sogenannter „Panthoot“, hallt durch den Festsaal der Munich Re in München, 400 Topmanager lauschen leicht irritiert, aber gebannt einer zierlichen Frau auf der Bühne ...

Die Frau ist die weltbekannte Primatologin, Umweltaktivistin und UN-Friedensbotschafterin Dr. Jane Goodall. Die Unsicherheit im Saal löst sich in einem Lachen, als Jane Goodall dem CEO des Unternehmens demonstriert, wie in freier Wildbahn die Begrüßung zwischen einem „dominant chimp-alpha-male“ und einem rangniederen Schimpansenweibchen ablaufen würde ...

Der Besuch von „Dr. Jane“, wie sie viele Jugendliche und Lehrer nennen, ist wie alle ihre Auftritte in Deutschland vom Jane Goodall Institut initiiert und organisiert. Die heutige Geschäftsführerin des Instituts, Monica Lieschke, ist Jane Goodall zum ersten Mal bei Dreharbeiten zu „Jane’s Journey“ begegnet, jener großen filmischen Biografie, die ihr Mann, der Regisseur Lorenz Knauer, in jahrelanger Arbeit realisierte. Knauer begleitete Jane Goodall um die Welt und brachte damit eine Hommage an diese außergewöhnliche Frau in die deutschen Kinos. Seither wurde der Film in unzählige Sprachen übersetzt und berührt die Herzen der Zuschauer weltweit.



Eine Frau mit unerschütterlichen Visionen: Jane Goodall will Tieren helfen. Ihr großes Ziel: Afrika. Das Ergebnis: Sie wird zur weltberühmten Primatenforscherin.

In Grönland brach das Eis

Es war auf einer der zahlreichen gemeinsamen Reisen in Grönland, als Jane, Monica und Lorenz – angesichts des rasant schmelzenden Eispanzers und unter dem beunruhigenden Schmelzen Krachen und Knacken der Tag und Nacht abbrechenden riesigen Eiswände – beschlossen, ein Jane Goodall Institut für Deutschland zu gründen. Es gab zu diesem Zeitpunkt bereits viele, über die ganze Welt verstreute Institute, doch von einem Standort in Deutschland versprochen sie sich eine ganz besondere Wirkung für Janes Arbeit und Anliegen.

Alles begann mit einer Affenliebe

Jane Goodall zieht nicht nur Naturfreunde, Affenliebhaber und Weltretter, sondern auch hochrangige Manager, Politiker und Künstler in ihren Bann. Ihr Weg zur einzigartigen Primatenforscherin und Umweltaktivistin war für die junggebliebene und immer noch sehr aktive 80-Jährige lang, bereichernd und hin und wieder auch steinig. Abbringen ließ sie sich von ihren Zielen und Visionen jedoch nie. Am 3. April 1934 in London geboren, traf sie ihren ersten „haarigen Begleiter“ bereits im Alter von nur einem Jahr – Jubilee, ein Kuschartieraffe und vielleicht so etwas wie eine kleine Prophezeiung. Schon bald begann sie mit der Beobachtung und Analyse von Tierverhalten, sei es draußen in der Natur oder im eigenen Garten mit Mischlingshund Rusty. Im Laufe der Jahre kam zu ihrer großen Tierliebe die Faszination für den Kontinent Afrika hinzu, inspiriert von Edgar Rice Burroughs „Tarzan bei den Affen“. 1944 schien der Traum, in dieses Land zu reisen und dort wilde Tiere zu erforschen, noch in weiter, nahezu unerreichbarer Ferne, denn Janes Familie war sehr arm und Afrika galt noch immer als „dark continent“ voller möglicher Gefahren für eine junge Frau, die alleine unterwegs ist. Aber Jane Goodall hielt an ihrem Vorhaben fest und mit 23 Jahren war es schließlich soweit: Nach ihrer Ausbildung in England

reiste sie, der Einladung einer Schulfreundin folgend, nach Kenia und traf dort schon bald auf den Anthropologen Louis Leakey. Sie begleitete ihn bei einer seiner Reisen auf den Spuren unserer menschlichen Vorfahren. Anschließend gab er Jane einen zukunftsweisenden Auftrag: Sie sollte im Gombe Reservat in Tansania das Verhalten von Schimpansen in freier Wildbahn beobachten, aus Sicherheitsgründen zunächst in Begleitung ihrer Mutter. Das, was sie hier über mehrere Monate hinweg herausfand, waren unglaubliche Neuigkeiten und revolutionierte die Sicht der Menschen auf ihre engsten Verwandten in der Natur und damit auch auf sich selbst: Zum einen entdeckte sie, dass Schimpansen Werkzeuge nicht nur benutzen, sondern auch selbst herstellen können. Dies galt bis dahin als wichtigste Unterscheidung zwischen Mensch und Tier. „Jetzt müssen wir entweder neu definieren, was ein Mensch ist, oder was ein Werkzeug ist“, begeisterte sich Louis Leakey. „Oder wir müssen die Schimpansen zu den Menschen rechnen.“

Zum anderen beobachtete sie, wie die Schimpansen sogar andere Affenarten jagten, um sie zu verspeisen. Die These, dass Affen reine Vegetarier seien, entsprach somit ebenfalls nicht der Realität.

Gefühle sind nicht nur menschlich

Ihre Neugier, Geduld und ihr Ehrgeiz führten sie zu weiteren Forschungsergebnissen, in denen immer deutlicher wurde, wie nah die Schimpansen uns Menschen entwicklungsbiologisch stehen. Als individuelle Persönlichkeiten zeigen sie Emotionen wie Kummer, Trauer oder Scham und ähneln uns in sozialen Umgangsformen. Trotz eines fehlenden Universitätsstudiums wurde es der gelernten Sekretärin Jane Goodall 1962 ermöglicht, sich an der Universität von Cambridge zur Promotion einzuschreiben. 1965 wurde ihr die Doktorwürde als Ethologin verliehen. Im Jahre 1977 gründete sie das „Jane Goodall Institut for Wildlife Research, Education and



Als Jane Goodall mit Weitblick erkennt, dass der Lebensraum für Tiere und Menschen gleichermaßen bedroht ist, wird Sie Umweltaktivistin. Sie gründet Roots & Shoots, eine Organisation, die heute in über 100 Ländern aktiv ist.

Conservation“, welches inzwischen in 30 Ländern weltweit vertreten ist und nunmehr auch für Deutschland einen Sitz in München hat.

Von der Forschung zum Umweltschutz

Im Jahre 1986, bei einer ihr zu Ehren abgehaltenen Konferenz in Chicago, erfuhr Jane Goodall, wie schlimm es um die Schimpansen und vor allem die Zerstörung ihres Lebensraums in Afrika tatsächlich steht: Die Urwälder schrumpften immer schneller, Schimpansenfleisch (sogenanntes „bush meat“) war zunehmend begehrt und Wilderei sowie illegaler Handel florierten ungebremsst. Nun war der Moment gekommen, wo die bekannte Forscherin beschloss, der Wissenschaft und Gombe den Rücken zu kehren und sich auf den aktiven Umwelt- und Tierschutz zu konzentrieren. Schnell wurde ihr klar: Ohne die Linderung der Armut als Ursache für die Plünderung der Natur würde auch dem Natur- und Artenschutz langfristig kein Erfolg beschieden sein. Seitdem engagiert sich Goodall auch in Sozialprojekten und kooperiert dabei ganz eng mit den Menschen vor Ort („community based conservation“).

Rund um den Globus leisten die Jane Goodall Institute Aufklärungsarbeit, damit immer mehr Menschen die größer werdende globale Gefahr für Mensch, Tier und Umwelt sowie die Dringlichkeit zum Umdenken und Handeln erkennen. Jane kämpfte unermüdlich für diese Mission – 300 Tage im Jahr ist sie auch heute noch in der ganzen Welt unterwegs – und wurde dafür von UN-Generalsekretär Kofi Annan 2002 zur UN-Friedensbotschafterin ernannt. Diese Auszeichnung erhielt sie unter anderem als Anerkennung für ihr Projekt Roots & Shoots (Wurzeln & Sprösslinge).

Wurzeln für die Sprösslinge

1991 hatte sie zusammen mit zwölf Schülern und Studenten aus Tansania ein globales Programm für Kinder und Jugend-

liche ins Leben gerufen. Sie sollen dazu angeregt werden, sich für Mensch, Tier und Umwelt einzusetzen und bei der Lösung von Herausforderungen in ihrem unmittelbaren Umfeld mitzuhelfen. Damit werden zukünftige Generationen schon von klein auf für die ökologischen und sozialen Probleme der heutigen Gesellschaft sensibilisiert und an umweltschonendes Denken und Verhalten herangeführt. Roots & Shoots findet weltweit großen Anklang und begeistert bereits hunderttausend „Changemaker“ jeden Alters in nahezu 130 Ländern. Diese Initiative fördert den interkulturellen Austausch und eine bessere Verständigung zwischen sozialen Schichten und hilft konkret in der jeweiligen Region nach dem Konzept „Learn – Care – Act – Connect“ (lernen, Sorge tragen, handeln, vernetzen).

Jonglieren für Jane

Max aus der Nähe von Köln beispielsweise unterstützt Schimpansenpatenschaften mit seinem Spendenprojekt „Jonglieren für Jane“. Er zeigt sein Können mit drei Bällen auf dem heimischen Dorfplatz und spendet seine Gage an Roots & Shoots für verwaiste Schimpansen. Ob neu gepflanzte Bäume in der Mongolei, die Rettung der vom Aussterben bedrohten Nashörner in Südafrika oder die Unterstützung eines „Garden of Hope“ im Indianerreservat von Pineridge, helfen kann man weltweit – aber auch direkt vor Ort. Wie etwa die Gruppe Greenlife in Frankfurt, die ein Gartenprojekt auf dem Gelände ihrer Werkstätten wachsen lässt und damit auch den Bienen den Tisch bereitet. Oder die Jojos aus Neuenhaus, die kranke Kinder im Krankenhaus besuchen und 14-tägig neue Aktionen setzen, ein Tauschkreis in Görlitz, die Organisation einer Tafel im Schwäbischen oder das Projekt „WIMBY“ (Wildlife in my Backyard), bei dem Kinder in unterschiedlichen Ländern sich über ihre „tierischen Nachbarn“ austauschen: Jeder, egal welchen Alters, kann überall auf der Welt seinen Beitrag leisten.

Fotos: links: © Michael Neugebauer, rechts: © Jane Goodall Institute



Für ihren unermüdlichen Einsatz erhält Jane Goodall zahlreiche Auszeichnungen: Sie wird in die Legion of Honour aufgenommen, Friedensbotschafterin der UN und erhält in diesem Jahr den internationalen B.A.U.M.-Sonderpreis.

Natürlich hat der Name „Roots & Shoots“ einen tieferen Sinn: Wurzeln kriechen überall unter der Erde und bilden einen festen Grund. Pflanzensprosslinge scheinen sehr zart, aber um Licht zu erreichen, können sie Mauern durchbrechen. „Stellt Euch vor, dass diese Mauern all unsere Probleme sind, die wir unserem Planeten aufgebürdet haben“, erzählt Jane gerne mit leuchtenden Augen, „hunderte und tausende von Wurzeln und Sprosslingen, hunderte und tausende junger Menschen auf der gesamten Welt können diese Mauern durchbrechen, um die Welt zu verbessern.“

Globale Unternehmen als Partner

Aber nicht nur einzelne Engagierte und ihre Roots & Shoots Gruppen unterstützen die Mission Jane Goodalls – auch Unternehmen, die nachhaltig, umweltschonend und verantwortungsbewusst handeln, gehen eine Partnerschaft mit den Jane Goodall Instituten ein. Glaubwürdigkeit und Authentizität sind dabei Voraussetzung: Kooperiert wird nur mit Unternehmen, die den Worten Taten folgen lassen, sich klar auf einen Prozess der Veränderung und Verbesserung einlassen und nicht nur zu PR-Zwecken „grün reden“ („Green-Washing“).

Ein Beispiel für eine gelungene, gemeinsame Mission ist z.B. jene mit HeidelbergCement: Dieses deutsche Unternehmen renaturiert und rekultiviert seine Abbaustätten und Steinbrüche auf der ganzen Welt. Jane Goodall hat sich in Daressalam (Tansania) selbst ein Bild gemacht und einen der Steinbrüche besichtigt. Sie war begeistert von der Arbeit, dem Einsatz und dem Engagement der Menschen vor Ort. Um der Natur in der Umgebung des Zementwerkes wieder neues Leben einzuhauchen, hat HeidelbergCement eine Baumschule errichtet, deren Bäume auch zur Wiederaufforstung gerodeter Waldflächen in und um Daressalam verwendet werden. Hier kommen wieder die Roots & Shoots Gruppen ins Spiel: 22 Schulen aus der Region wurden erfolgreich in das Projekt

eingebunden und haben bis heute schon über 12.000 Bäume gepflanzt. So arbeiten das Jane Goodall Institut und HeidelbergCement in Tansania Hand in Hand in den Bereichen Renaturierung, Nachhaltigkeit und soziales Engagement. Durch Einbindung der lokalen Bevölkerung, vor allem der jungen Generation, helfen sie, die biologische Vielfalt vor Ort wiederherzustellen und zu erhalten. Ein „Wald der Kinder“ entsteht, der durch Baumpatenschaften von Paten aus Deutschland zusätzlich unterstützt wird. Es bleibt zu hoffen, dass noch viele weitere Unternehmen diesem Vorbild folgen werden. Derzeit wird unter anderem mit dem Naturkosmetikhersteller Dr. Hauschka eine Kooperation begonnen.

Geburtstagsparty im sozialen Netz

Am 3. April 2014 wurde Jane Goodall 80 Jahre alt und die ganze Welt feierte mit – auf ihrer Google Hangout Party. An diesem Tag, um 20 Uhr deutscher Zeit, startete Jane Goodalls „YouTube und Google+ Geburtstagsfeier“ live im Internet. Im virtuellen Raum sprach die Jubilarin zu ihren Gästen rund um den Erdball, Roots & Shoots Projekte stellten sich vor und jeder konnte Glückwünsche direkt oder über Facebook, Twitter sowie Google+ an sie richten. Eine 80-Jährige, die ihren



Sie können Projekte in Deutschland und Afrika durch eine Mitgliedschaft, Schimpansenpatenschaft, eine Spende oder Firmenpartnerschaft unterstützen. Auch ehrenamtliche Mitarbeiter werden laufend gesucht. Zum 80. Geburtstag hat das Jane Goodall Institut die Aktion „Herzenseprojekte Jane Goodalls“ gestartet. Hierbei können einzeln oder im „Geburtstagspäckchen“ besondere Anliegen von Jane Goodall unterstützt werden. Alle Aktionen und Infos zur Gründung von Roots & Shoots Gruppen finden Sie unter www.janegoodall.de



Jane Goodalls Reden sind legendär und ziehen die Zuhörer – vom Schüler bis zum CEO – in ihren Bann. In Kooperationen mit ausgewählten Unternehmen setzt sie sich für Mensch und Umwelt ein. Die virtuosen und attraktiven Musikerinnen von Salut Salon veranstalten im Rahmen der B.A.U.M.-Preisverleihung im September ein Benefizkonzert zugunsten des Jane Goodall Instituts Deutschland.

Geburtstag live im Internet feiert, gab es wohl zuvor noch nie – Jane Goodall steht der technikaffinen „Generation Internet“ offenbar in nichts nach. Sie selbst ist technikfasziniert, offen, neugierig und erfindet sich selbst immer wieder neu...

Internationaler B.A.U.M.-Sonderpreis

Menschen in rund 130 Ländern ließen diese einzigartige, trotz des hohen Alters unermüdlich für eine bessere Zukunft kämpfende Frau hochleben. Wer diese Frau, die zu den einflussreichsten der Welt zählt, kennen lernen, ihr die Ehre erweisen und sie bei ihrer Mission und ihren Projekten unterstützen will, sollte am 29. September 2014 nach Hamburg kommen. Anlässlich der 21. B.A.U.M.-Umweltpreisverleihung wird Dr. Jane Goodall der Internationale B.A.U.M.-Sonderpreis für ihr Lebenswerk überreicht, flankiert von einem Benefizkonzert für das Jane

Goodall Institut in Deutschland. Und auch an diesem Abend wird Jane die Menschen mit ihrem Schimpansenruf und ihrer unvergleichlichen Ausstrahlung in den Bann ziehen. ■

LAURA GETTMANN

studiert im 5. Semester European Studies BA. Schon von Kindesbeinen an gilt ihre Leidenschaft den Tieren. So wurde sie auf die Mission der Jane Goodall Institute aufmerksam. Nach einigen Praxiserfahrungen im Bereich des Radio- und Print-Journalismus unterstützt sie die Arbeit Jane Goodalls und wird ihre berufliche Zukunft in die Richtung des Tier- und Umweltschutzes lenken.

Weitere Infos

www.janegoodall.de | www.janesjourney.de
www.baumev.de/umweltpreis

B.A.U.M.-Jahrestagung und Preisverleihung 2014

Termin und Ort: 29./30. September 2014, Handelskammer Hamburg

Tagungsthema: „Mehr als Effizienz: Herausforderungen und Chancen für Unternehmen, Konsumenten und Politik“

Schirmherrschaft: Günther H. Oettinger, Mitglied der Europäischen Kommission

Vorträge & Festreden: Prof. Dr. Klaus Töpfer, Exekutivdirektor des Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS) in Potsdam, ehemaliger Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP), Unter-Generalsekretär der Vereinten Nationen, Bundesumweltminister a.D., Tanja Gönner, Vorstandssprecherin, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Staatssekretär Jochen Flasbarth (BMUB), Minister Alexander Dobrindt (BMVI, angefragt)

Diskussionsrunden: Nachhaltigkeit & Lieferketten, Energie & Klimaschutz/Energiewende, Konsum- & Lebensstile, Kommunikation & Nachhaltigkeit, Ressourcen & Kreislaufwirtschaft, Nachhaltige Mobilität, Goldgrube Energieeffizienz!, Best-Practice-Beispiele aus B.A.U.M.-Mitgliedsunternehmen, Politik & Nachhaltigkeit

In **Diskussionsrunden** etc. wirken u. a. mit: Achim Lohrie, Direktor Unternehmensverantwortung (CR), Tchibo GmbH, Dr. Johannes Merck, Direktor Corporate Responsibility der Otto Group, Otto (GmbH & Co. KG), Jochen Homann, Präsident, Bundesnetzagentur, Prof. Dr. Claudia Kemfert, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Alfred T. Ritter, Vorsitz Geschäftsführung, Alfred Ritter GmbH & Co. KG, Joseph Wilhelm, Geschäftsführer/CEO, Rapunzel Naturkost GmbH, Merlin Koene, Director Communications Unilever DACH, Unilever Deutschland GmbH, Dr. Lutz Spandau, Vorstand, Allianz Umweltstiftung, Dr. Harry Lehmann, Leiter des Fachbereichs Umweltplanung und Nachhaltigkeitsstrategien, Umweltbundesamt (UBA), Peter Willbrandt, Mitglied des Vorstands verantwortlich für Primärkupfer und Konzern-Umweltschutz, Aurubis AG, Joachim Kettner, Leiter DB Umweltzentrum, Deutsche Bahn AG, Berthold Goeke, Leiter der Unterabteilung KI III, Klimaschutz, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Dr. Mirko-Alexander Kahre, Vice President Corporate Communications, ista International GmbH, Dr. Herlind Gundelach, MdB, CDU, Mitglied Ausschuss für Wirtschaft und Energie, Bärbel Höhn, MdB, Bündnis 90/Die Grünen, Vorsitzende Ausschuss für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Dr. Gesine Lötzsch, MdB, Die Linke, Vorsitzende Ausschuss Haushalt

Weitere Höhepunkte: Feierliche Preisverleihung an Jane Goodall und die B.A.U.M. Preisträger 2014. Benefizkonzert von Salut Salon zugunsten des Jane Goodall Institutes Deutschland. Musikeinlagen von Solisten der Söhne Mannheims und Voice4Soul. Prominenten-Runde Wie können wir nachhaltig leben? u.a. mit Benjamin Adrion, Inez Bjørg David, Sky du Mont, Arved Fuchs, Peter Maffay, Marie-Luise Marjan, Jean Pütz, Michael Stich

Moderatoren: Nina Eichinger, Volker Angres u.a.

Weitere Informationen unter www.baumev.de/umweltpreis



B.A.U.M.
Bundesdeutscher Arbeitskreis
für Umweltbewusstes
Management e.V.



Mrs Social und Mr Business – Schüler als Unternehmer helfen mit Geld und Ideen!

Schüler, die mit einer pfiffigen Geschäftsidee, dem Vertrieb von Regionalgeld, gute Umsätze machen und damit ihrer Partner-Schulgemeinschaft im Slum von Nairobi beim Aufbau einer Regiowährung helfen. Ja wo gibt's denn so was? Im wunderschönen Chiemgau!

Mrs Social kann es kaum erwarten bis die Pausenglocke ertönt. Sie will mit Mr Business unbedingt einen Plan aushecken, wie sie den ersten Preis beim ECO-motion Ideenwettbewerb gewinnen und das Preisgeld von 400 Euro kassieren können. Denn damit wäre genug Kapital da, um die nächste Stufe zu zünden: „Unsere Kollegen müssen raus aus dem Slum und wir helfen ihnen dabei“. Mr Business fragt vorsichtig nach: „Und warum sollen gerade wir die Sieger sein und das Preisgeld bekommen?“. Für Mrs Social gibt es keine Zweifel und sie hat bereits die fertige Präsentation für den Wettbewerb vor Augen. „Wir verdienen zukünftig als Schülerunternehmen nicht nur Geld durch Pausenbrotverkäufe oder auf Flohmärkten, sondern wir verkaufen Regiogeld. Damit unterstützen wir die Verbreitung unserer regionalen Währung und die nachhaltige Wirtschaft in der Gegend und verdienen Geld, das wir in Afrika investieren. Und unsere Schulkollegen können dann von unseren Erfahrungen profitieren und nach gleichem Modell Geld verdienen“.

Mr Business ist baff. „Das klingt gar nicht so kompliziert. Lasst uns das versuchen animiert er die umstehenden Schüler – und schon geht's wieder in den Unterricht.“

Den Profit kalkulieren

24 Schüler der freiwilligen Projektgruppe der Schülerfirma „nyendo hand in hand“ besuchen die Freie Waldorfschule Chiemgau in den Klassenstufen 9 und 10. Mit den Erlösen ihrer Firma unterstützen sie seit fast zwei Jahren eine kleine Schule im Slum von Nairobi. Dank der Idee von Mrs Social errechnen sie nun aufgeregt ihren „social profit“: Wenn über 1 Jahr 50 Familien 200 Chiemgauer im Monat ausgeben würden und die 3 Prozent Regionalbeitrag ihrer Partnerschule

Der Chiemgauer

Eine regionale Währung, die mit 3 Prozent des Umsatzes ein soziales Projekt nach Wahl des Verbrauchers unterstützt, verliert an Wert, wenn sie nicht weiter in Umlauf gebracht wird. Kunden aus der Region können ihn gegen Euro eintauschen, aber nur Unternehmen können ihn auch zurücktauschen. So entsteht ein Kaufimpuls, der die Region stärkt und gleichzeitig soziales Engagement fördert. Der Chiemgauer wurde 2003 von Schülern der Freien Waldorfschule Chiemgau und dem Lehrer Christian Gelleri gegründet. (forum berichtete bereits mehrfach über diese Initiative).



nyendo lernen MitarbeiterInnen mit den GründerInnen des Bangla Pesas.



nyendo lernen Siegerfoto mit dem Jungunternehmer Florian Spathelf von spielzeugkiste.

zukommen ließen, kämen am Ende des Jahres – bei einem Chiemgauer-Umsatz von insgesamt 120.000 Euro – 4.000 Euro als Spende zusammen. Ein stolzer Betrag, der in Nairobi dringend gebraucht wird.

Dezember 2011

Frau Wutte, die Gründerin des Lehrgangs für soziales Unternehmertum, „nyendo lernen hand in hand“, erzählt in den beiden siebten Klassen der Waldorfschule in Prien über die Kangemi Youth School im Slum von Nairobi, deren Kinder sich zum Teil keine Mittagsmahlzeit leisten können.

„Was können wir tun?“, fragen die SchülerInnen betroffen, „wir möchten gerne helfen!“

April 2012

Einzelne Lehrer haben den Wunsch der Schüler aufgegriffen und die Schule wird Mitglied im nyendo lernen Schülerfirmennetzwerk.

September 2012

13 SchülerInnen gründen die nyendo Schülerfirma. Der Profit soll an die Kangemi Youth School gehen. Einkommensquelle ist die arbeitsintensive Herstellung von „Samosas“, frittierten Teigtaschen, die zu verschiedensten Anlässen verkauft werden. Aus Lebensmitteln im Wert von ca. 30 € werden bei jeder Aktion etwa 300-400 Samosas hergestellt, die dann für insgesamt etwa 500 € verkauft werden. Das lohnt sich!

Bis Dezember 2013

Eine Schülerin: „Durch den Verkauf von Samosas verdienen wir bis jetzt ca. 2.000 Euro, durch Catering 1.200 Euro, ein Spendenlauf an unserer Schule brachte 2.500 Euro und der WOW-Day 5.600 Euro. Insgesamt haben wir also 11.300 Euro verdient.“ Mit diesem Geld bekamen die Schüler der Partnerschule in Nairobi nicht nur ihre tägliche Mittagsmahlzeit, auch der Zaun um deren Schulgrundstück wurde erneuert, sodass eine Schulfarm entstehen kann.

NACHHALTIG REISEN

– echte Begegnung erleben

"Der kompetente und vielseitige Blick hinter die touristische Fassade hat die Reise zu unserem erlebnisreichsten Urlaub gemacht."




www.nyendo-reisen.de

Tel.: 0 80 51 - 961 57 37






Dezember 2013

Da sich immer mehr SchülerInnen begeistert anschließen, startet die Schülerfirma ihre Expansion. Mit einer Weihnachtsaktion stellen sie ihre zweite Geschäftsidee vor: „Chiemgauer“-Verbraucher für ihr Projekt gewinnen und 3 Prozent Provision kassieren.

Februar 2014

14 Familien haben sich bereits angeschlossen. Bei einem Ideenwettbewerb auf der Berufsfindungsmesse gewinnt die Schülerfirma den ersten Preis und das Preisgeld. Mrs Social ist zufrieden mit dem Erfolg ihrer Idee und dem Einsatz ihrer Kollegen.

Eine spannende Parallelentwicklung – November 2013 bis März 2014

In einem kleinen Slum in Mombasa (Kenia) wurde das erste erfolgreiche Regionalgeld der Bangla Pesa von 160 lokalen Kleinstunternehmern (Tagesumsatz bis zu 1,50 Euro) eingeführt. Schlagzeilen folgten bald: Der Geschäftsumsatz aller Mitglieder stieg in den ersten drei Monaten um 80 Prozent an! Auf dem Afrika Summit in Paris gilt der Bangla Pesa als „one of Africas top innovations“.

März 2014

Inspiziert vom Erfolg des Chiemgauers und des Bangla Pesas in Kenia, kommt den Schülern eine Idee: „Wenn das so ist,

wäre es doch das Beste, auch die Eltern unserer Partnerschulgemeinschaft könnten mithilfe von Regionalgeld ihre Einkünfte steigern und langfristig das Schulgeld ihrer Kinder selbst bestreiten.“

Mai 2014

Großzügig und mit freudiger Erwartung spenden die Schüler ihre 400 € Preisgeld für ein Treffen der 200 Eltern ihrer Schulkollegen von der Kangemi Youth School im Slum von Nairobi. Zusätzlich ist ein vertiefender Workshop zur Einführung von Regionalgeld zusammen mit den Initiatoren des Bangla Pesas geplant. Im Mai 2014 fand eine Klausurtagung statt, an der die Schüler ihre Ideen gemeinsam mit Irmgard Wutte, die das Treffen in Kenia organisierte, weiterentwickelten. Die Schüler können mit dieser Erfolgsmeldung weitere Familien zum Einkaufen mit dem Chiemgauer bewegen und weiteres Geld für neue Projekte erarbeiten.

September 2014

In Ismaning, einem Vorort von München, werden nyendo-Schüler vor Ort und aus Prien gemeinsam einen Afrika-tag veranstalten. Das Programm wird weitere Nachahmer begeistern und zur Gründung neuer Schülerfirmen führen.

Mrs Social und Mr Business finden es genial und wünschen viel Erfolg! ■

Was bedeutet Ihnen die Zukunft?

Zukunft bedeutet heute schon ein besseres Morgen im Einklang mit unserer Umwelt. ECO-World gibt Ihnen nützliche Tipps – jetzt mit Magazin und praktischem Einkaufsratgeber auf 250 Seiten.

Jetzt bestellen
www.eco-world.de
089 / 74 66 11 - 0



ECO-World kann für nur 7,50 EUR unter www.eco-world.de oder telefonisch unter +49 (0) 89 / 74 66 11 - 0 bestellt werden und ist im Buch- und Zeitschriftenhandel sowie in ausgewählten Naturkostläden erhältlich.



Solare Eigenverbrauchsanlage der Heineken Brauerei in Wierckse, Niederlande – 921 kW – 855.000 kWh/Jahr – 3.683 Solarmodule

Die Sonne schickt uns keine Rechnung

Trotz des Gerangels um die EEG-Reform ist für ausgewählte Branchen der Einsatz von Photovoltaik und der Eigenverbrauch von Strom wirtschaftlich und ökologisch sinnvoll.

Von Sabine Kirchner

Die meisten Reaktionen auf die EEG-Reform malen für die Zukunft der Solarenergie in Deutschland ein düsteres Szenario. Dabei ist die Solarenergie dank des technischen Fortschritts und der attraktiven Preise der Module inzwischen eine wettbewerbsfähige Energiequelle in Deutschland. In diesem Kontext haben sich verschiedene neue Geschäftsmodelle für Solaranlagen entwickelt. Eines der interessantesten ist die „gewerbliche Eigenverbrauchsanlage“. Dabei wird der selbst produzierte Strom größtenteils für den Eigenbedarf eines Unternehmens verwendet und nur ein kleiner Teil in das Netz eingespeist. Auf diese Weise können Unternehmen preisgünstig Strom für ihren Bedarf erzeugen, ihre Energiekosten optimieren und aktiv einen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Wann wird der Strom benötigt?

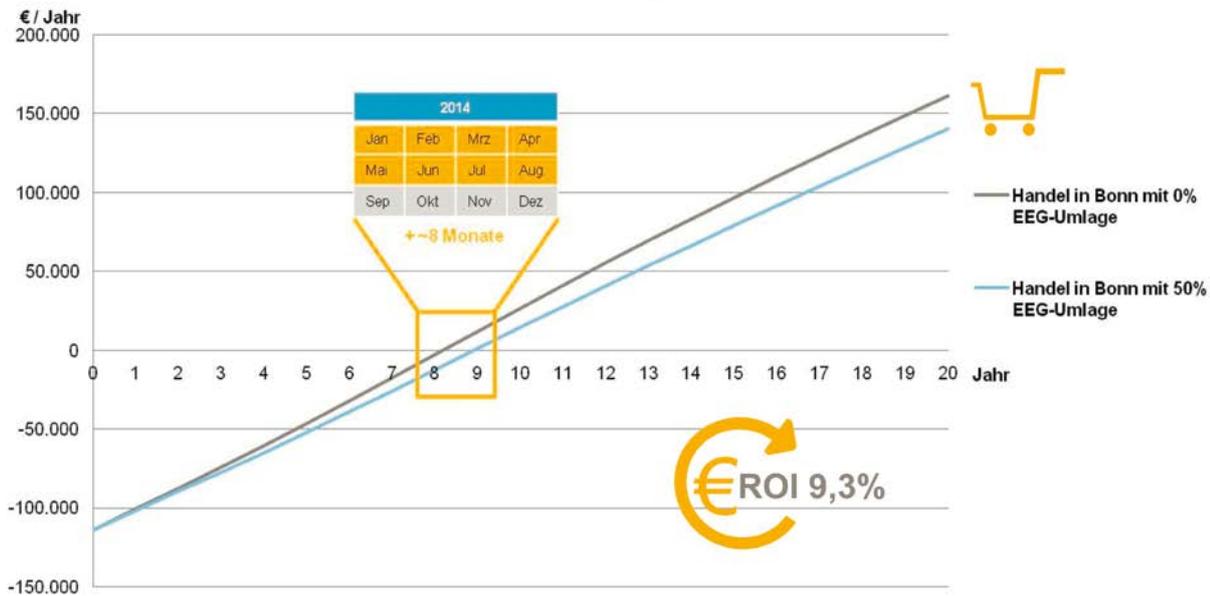
Die Höhe des Einsparpotenzials bei den Energiekosten hängt von mehreren Faktoren ab: Neben der Sonneneinstrahlung vor Ort, der Ausrichtung und Größe der Anlage sowie dem Lastprofil, also dem zeitlichen Verlauf der benötigten Leistung, sind der Strombezugspreis und die Steuern und Abgaben entscheidend. Je nachdem, ob es sich um ein Handelsunter-

nehmen, ein produzierendes Gewerbe oder ein Unternehmen der Schwerindustrie handelt, sind der Energiebedarf, die Bezugspreise sowie die Steuern und Abgaben unterschiedlich hoch und damit auch die Attraktivität der Anlage. So ist eine Solaranlage für den Eigenverbrauch grundsätzlich für ein Handelsunternehmen am attraktivsten; dagegen lohnt sich für die Schwerindustrie eine solare Eigenverbrauchsanlage aufgrund der geringen Strombezugpreise nicht.

Warum Gebühren auf den eigenen Strom bezahlen?

Die EEG-Umlage dient der Förderung der erneuerbaren Energien und wird von den Verbrauchern über ihre Stromrechnung abgeführt. Die Höhe orientiert sich u.a. am Börsenstrompreis und beträgt aktuell 6,24 Eurocent pro Kilowattstunde. Im Rahmen der EEG-Reform soll bei zukünftigen Photovoltaik-Anlagen jede Kilowattstunde, die selbst produziert und verbraucht wird, mit einer Umlage belastet werden. Damit ist der Eigenverbrauch zu einem der aktuell heiß diskutierten Themen und auf alle Fälle weniger attraktiv geworden, aber für Grabesreden besteht dennoch kein Anlass, denn eines ist sicher: Die Strompreise werden nicht mehr fallen und die Sonne schickt auch weiterhin keine Rechnung.

Amortisationsdauer mit und ohne 50% EEG-Umlage für den Handel am Standort Bonn



Wo lohnt sich Eigenverbrauch weiterhin?

Eine Studie zeigt, dass Solarenergie für gewerbliche Eigenverbrauchsanlagen für viele Unternehmen selbst mit einer EEG-Umlage von 50 Prozent, also 3,12 Eurocent je Kilowattstunde, attraktiv bleibt. Insbesondere Unternehmen im Handel, die hohe Steuern und Abgaben auf eingekauften Strom zahlen, können mit Eigenverbrauch weiterhin ihre Energiekosten reduzieren und gleichzeitig einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. REC, ein Anbieter für Solarenergielösungen, sowie das Beratungsunternehmen BET Büro für Energiewirtschaft und technische Planung GmbH, haben dazu reale Lastprofile für die drei Segmente Handel, produzierendes Gewerbe und Schwerindustrie herangezogen und die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen – Amortisationsdauer, Rentabilität und Gewinn – analysiert.

Bei einer EEG-Umlage von 50 Prozent auf den Eigenverbrauch würde sich demnach die Amortisationsdauer der Solaranlage für ein Handelsunternehmen um nur rund acht Monate verlängern, so dass bereits nach knapp neun Jahren der Break-even-Point erreicht ist. Hierbei wird eine Solaranlage mit 95 Kilowatt Peak (kWp) Größe an einem Standort mit mittlerer Sonnenstrahldauer wie Bonn unterstellt. Die Rentabilität einer solchen Anlage liegt damit, bezogen auf eine Gesamtlauzeit von 20 Jahren, bei immerhin 9,3 Prozent; der Gewinn beträgt 466 €/kWp (Messgröße für den Gewinn einer Eigenverbrauchsanlage ist der Nettobarwert, also die abgezinste Summe des Cashflows).

Produzierendes Gewerbe und Solarnutzung

Ein Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe zahlt grundsätzlich geringere Steuern und Abgaben auf den eingekauften Strom, hat aber einen höheren Energiebedarf.

Für eine Eigenverbrauchsanlage der Größe 190 kWp und ebenfalls am Standort Bonn ergibt sich mit der 50prozentigen EEG-Umlage ein Gewinn von 86 €/kWp. Die Amortisationsdauer steigt im Vergleich zur bisherigen Gesetzgebung um rund 2,5 Jahre und die Rentabilität beträgt 5,9 Prozent. An Standorten mit längerer Sonnenscheindauer in Süddeutschland kann der Gewinn einer Eigenverbrauchsanlage für produzierende Unternehmen in Zukunft sogar um die 240 €/kWp betragen. Je nach Standort können also auch Unternehmen aus dem produzierenden Sektor in Zukunft deutliche Einsparungen erzielen und aktiv zum Klimaschutz beitragen.

Wo bleibt der Klimaschutz?

Dennoch kritisiert Luc Garé, Senior Vice President von REC, die Pläne der Regierung: „Die geplante Belastung des Eigenverbrauchs setzt ein falsches Signal für die Energiewende und beschneidet ausgerechnet eines der wenigen Geschäftsmodelle, bei dem Solarenergie frei von Subventionen wettbewerbsfähig ist.“ Seiner Meinung nach zeigt die Diskussion, dass die eigentlichen Ziele der Energiewende vergessen wurden. „Die Debatte um die Energiewende dreht sich mittlerweile fast nur noch um die Verteilung der Kosten. Es wird jedoch außer Acht gelassen, dass jede Investition in Erneuerbare Energien dazu beiträgt, die milliardenschweren Kosten des Klimawandels in zehn, zwanzig Jahren zu reduzieren.“

Die ausführliche Studie zum Betrieb von Solaranlagen für den gewerblichen Eigenverbrauch sowie zu den Auswirkungen der EEG-Reform auf das Geschäftsmodell finden Sie unter www.forum.csr.net und unter www.recgroup.com/de/Produkte/Studie-zum-Eigenverbrauch ■

forum Service



Medientipps
Kleinanzeigen
B.A.U.M. informiert

| 122 Events im Rückblick
| 123 Events in der Vorschau
| 124 Vorschau & Impressum

| 126
| 128
| 130

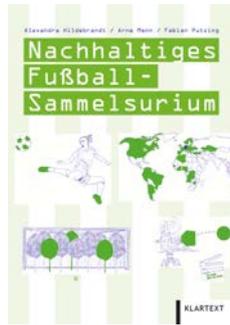


Jürgen T. Knauf / Annika Strauss
Das Kaleidoskop der Scherben
 Ein ungewöhnlicher Wirtschaftsthiller

Das Kaleidoskop der Scherben ist ein fesselnder Roman rund um die Themen Strategie, Erfolg, Glück, Gesundheit, Gesundheitsmanagement, Mitarbeiterorientierung und die Macht des Perspektivenwechsels. Das Buch transportiert Wissen, liefert unzählige Inspirationen fürs tägliche Leben, motiviert zur Veränderung und macht Spaß zu lesen. Insolvenzen, Sinn des Lebens und der Arbeit, Stress, Burnout, Glück, Krankheit, Hamsterrad, Demografischer Wandel, Globalisierung, Kostendruck, Restrukturierungen und Wettbewerb sind einige der aktuellen Schlagworte. Der etwas andere Wirtschaftsthiller liefert Antworten für viele Fragen, die jeden betreffen – spannend verpackt in einer Geschichte, die jedem passieren könnte. Inspirierend und bewegend!

Dieses Buch ist bedeutend mehr als ein spannender Roman.

2014, 236 Seiten, 12,95 €
 ISBN: 978-3-9816565-0-3
www.scopar.de/kaleidoskop



Alexandra Hildebrandt, Arne Menn, Fabian Putzing
Nachhaltiges Fußball-Sammelsurium

Im „nachhaltigen Fußball-Sammelsurium“ findet der Leser ein Nachschlagewerk der besonderen Art. Die Autoren haben Anekdoten, Kuriositäten, Zitate und Abseitiges zum Thema Fußball und Nachhaltigkeit gesammelt und verknüpfen diese mit tollen Illustrationen.

Das Buch will den Blick des Lesers für Nachhaltigkeitsthemen schärfen und ihn dazu ermutigen, über den Tellerrand hinauszublicken. Denn dieser Sport bildet wie kein anderer die Gesellschaft und ihre Entwicklung ab. Seine Faszination ist in besonderer Weise geeignet, Menschlichkeit, Verständigung, Fairness, Toleranz und Respekt zu vermitteln. Wen die wissenschaftliche Seite von Sport und Nachhaltigkeit interessiert, dem sei das im Herbst 2014 im Springer Verlag erscheinende Buch „CSR und Sportmanagement – Jenseits von Sieg und Niederlage“ mit Beiträgen der Autoren empfohlen.

2014, 68 Seiten, 9,95 €
 ISBN: 978-3-8375-1143-7
www.klartext-verlag.de



Prof. Colin Davis
Baufritz-Ideenbuch „Homes Vol. 1“
 Eine architektonische Weltreise!

„Die Tage der völligen Standardisierung in der Massenproduktion sind vorbei“, sagt der Buchautor und ehemalige Architektur-Professor Colin Davis. „Aber es muss erst einen Ausgangspunkt geben, von dem aus man starten kann oder vielmehr eine Sammlung alternativer Ansatzpunkte.“ Für jeden ist etwas dabei: vielfältige Projekte verschiedenster Gebäudegrößen und Baustile, dargestellt mit hochwertigen 3D-Visualisierungen und maßstäblichen Grundrissen. Bauherren und Architekten geben Tipps und wertvolle Einblicke über Ihre Erfahrungen während der Entwurfs-, Bau- und Nutzungsphase. Hochwertige Gastbeiträge renommierter Bauexperten zu den Themen „Architektur und Systembau“, „nachhaltiges Bauen in der Zukunft“, „Wohnen und Arbeiten“ sowie „Gartengestaltung für ökologische Häuser“ runden das Werk ab.

2014, 116 Seiten, 35,- €, Das Buch ist bei Sonja Sontheimer (Tel. 08336/ 90 00 oder per Mail bella.fuerst@baufritz.com) erhältlich
www.baufritz.de

CO-CREATION-DAY ALL TOGETHER NOW

30. September 2014
 Europäisches Patentamt, München



Erfolgreiche Unternehmen setzen vermehrt auf Co-Creation.

Nicht mehr *für* Kunden, sondern *mit* ihnen und mit allen Stakeholdern werden neue Produkte und Services entwickelt. Eigene Co-Creation-Centers werden dafür errichtet, in denen gemeinsam Neues erfunden wird. Die internationale Beratergruppe BlueFields hat verschiedene Projekte dieser Art begleitet. Nun gibt sie mit Experten aus Unternehmen ihre Erfahrungen weiter. Denn es heißt WIRTSCHAFT und nicht ICHSCHAFT.

Keynote: Prof. Dr. Christine Woesler de Panafieu, die Grand Dame der Trendforschung Frankreichs. Prof. Venkat Ramaswamy, Erfinder von Co-Creation, University of Michigan (per Video) u.v.a.

Best Cases von BMW, Wayra/O2, Intel, EU Open Innovation u.a.

In Kooperation mit forum Nachhaltig Wirtschaften, Europäisches Patentamt, Management Forum Starnberg



Naturhaus
Naturfarben direkt vom Hersteller.

Ihr natürliches Oberflächensystem für ein einzigartiges Wohngefühl.

- Grundierungen
- Endbeschichtung
- Lasuren
- Reinigung und Pflege




Naturhaus Naturfarben GmbH · Eichenstr. 8 · 83083 Riedering · www.naturhaus.net

IHR BEKANNTHEITSGRAD KÖNNTE BESSER SEIN?



PROFESSIONELLE PR & ÖFFENTLICHKEITS-ARBEIT AUF ZEIT
PROFITIEREN SIE VON MEINEN PRESSEKONTAKTEN!

0171 - 501 84 38
www.futureCONCEPTS.de



shaktihaus
nachhaltig bauen



Dipl. Ing. Susanne Körner & Dipl. Ing. Tilman Schäberle Architekten · www.shaktihaus.de
Fürstengrunder-Str. 100C · 64732 Bad König · 06063 9517588 · info@shaktihaus.de

BIO HOTELS **ULRICHSHOF**
Baby & Kinder Bio-Resort



Das „Baby & Kinder Bio-Resort“ im Bayerischen Wald

Ein hochspezialisiertes Angebot für Eltern und Kinder, Großeltern und Enkel oder alle zusammen sowie Raum im Überfluss inmitten einer bezaubernden Naturlandschaft waren Grundlage für die aktuelle Erweiterung mit noch mehr Angebot für Kinder, aber insbesondere auch für Eltern und Großeltern. Freuen Sie sich auf Familienurlaub in einer neuen Dimension im Baby & Kinder Bio-Resort ULRICHSHOF, wo seit 20 Jahren nicht nur ... *... KINDERTRÄUME wahr werden ...*



ULRICHSHOF Baby & Kinder Bio-Resort
93485 Zettisch · Bayerischer Wald
Telefon +49 (0) 99 77 / 950-0 · Fax +49 (0) 99 77 / 950-470
info@ulrichshof.com · www.ulrichshof.com

MAS DES QUERNES

Vielfalt prämiert

Herzensangelegenheit von Deutschlands größtem Bioweinimporteur.




riegel bioweine
www.riegel.de www.mas-des-quernes.com

Tagungen & Kongresse, Incentives, Events, Rahmenprogramme und Promotion



büro für **eventmarketing**
eventmarketing
kassel berlin frankfurt




green meetings

fon: 0561-50 61 24-70 · fax 0561-50 61 24-99 · westfalenstraße 17 · 34131 kassel
kontakt@eventbuero.de · www.eventbuero.de

Biodiversitätsmanagement – eine Aufgabe für Unternehmen

Unternehmen sind auf den Erhalt der biologischen Vielfalt angewiesen und sollten ihre Chancen in diesem Bereich nutzen



Biodiversität am Beispiel Wald – natürliche Prozesse und Totholzanreicherung sind die Voraussetzungen dafür (Naturwaldreservat im nördlichen Steigerwald)

Das Wohlergehen nicht nur von Menschen, sondern auch von Unternehmen korreliert eng mit der dauerhaften Leistungsfähigkeit einer intakten und vielfältigen Natur. Doch die Leistungen der Natur werden bei unternehmerischen Entscheidungen oft nicht ausreichend berücksichtigt. Eine Folge davon ist, dass zwei Drittel aller Ökosysteme weltweit als geschädigt gelten, die Biodiversität rapide schwindet und die Begrenztheit der Ressourcen heute deutlicher ist denn je.

senden Nachhaltigkeitsstrategie und eine notwendige Ergänzung zum Klimaschutz. Das Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften engagiert sich mit Projekten, Vorträgen, Führungen und Veröffentlichungen, um das Bewusstsein und das Engagement von Unternehmen und Gesellschaft für einen sorgsam Umgang mit Ressourcen und Biodiversität zu fördern.

Biodiversitäts-Check für Unternehmen: ein Einstiegstool

Seit 2011 führt B.A.U.M. gemeinsam mit PricewaterhouseCoopers u.a. den European Business and Biodiversity Check durch, ein praktisches Einstiegstool für Unternehmen, um das Thema Biodiversität in das betriebliche (Umwelt-)Management zu integrieren und Maßnahmen für eine nachhaltige Nutzung von Ressourcen und den Schutz der Natur zu ergreifen. Der Check basiert auf den Zielen der Biodiversitäts-Konvention (CBD) der Vereinten Nationen: Erhaltung der biologischen Vielfalt, nachhaltige Nutzung ihrer Ressourcen und faire und gerechte Aufteilung der aus der Nutzung genetischer Ressourcen gewonnenen Vorteile.

Der Biodiversitäts-Check prüft entsprechend der Vorgehensweise der Umweltmanagementsysteme EMAS III und ISO 14001 mögliche negative Auswirkungen einzelner Unternehmensbereiche, Produktionsstätten, Produkte oder Prozesse und zeigt potenzielle Risiken und Chancen auf. Je nach Umfang der Analyse investieren die Experten 5 bis 20 Tage. Der Aufwand für das Unternehmen wird bei der Festlegung von Umfang und Tiefe des Checks konkretisiert. Der Check erfolgt vertraulich, d.h. Probleme und mögliche Barrieren können mit den Experten offen diskutiert werden. Er dient als erste Orientierung und ist weniger detailliert als eine



Unternehmen nutzen Ökosystemleistungen und natürliche Ressourcen in vielfältiger Form und greifen damit gravierend in den Naturhaushalt ein. Daher sind Unternehmen allein schon aus ökonomischen Gründen auf den Erhalt der biologischen Vielfalt angewiesen. Gleichzeitig kann ein proaktives Handeln zugunsten der Biodiversität neue unternehmerische Chancen bieten.

Für B.A.U.M. sind die Themen nachhaltige Ressourcennutzung und Biodiversität daher wesentlicher Bestandteil einer umfas-

Umweltverträglichkeitsprüfung, weshalb er kein Zertifikat oder Label darstellt. Die Ergebnisse stehen dem Unternehmen nach Abschluss zur Verfügung und können z.B. für die Unternehmenskommunikation genutzt werden.

Fragen zum European Business and Biodiversity Check oder zum Thema Biodiversität & Unternehmen allgemein beantwortet Ihnen bei B.A.U.M. Rainer Kant (rainer.kant@baumev.de, +49 (0)40 / 49 07 11 14).

Nachrichten

Prof. Dr. Maximilian Gege vom BMBF als Jury-Mitglied berufen

Der B.A.U.M.-Vorsitzende Prof. Dr. Maximilian Gege wirkt als Experte in zahlreichen Jurys und Beiräten mit. Im Frühjahr wurde er vom Bundesministerium für Bildung und Forschung als Mitglied einer Jury zur Auswahl von Forschungsprojekten zum nachhaltigen Wirtschaften im Rahmen des Förderschwerpunkts „Sozial-ökologische Forschung (SÖF)“ berufen. Ziel der Fördermaßnahme ist es, Forschungsprojekte zu initiieren, die Transformationsprozesse zum nachhaltigen Wirtschaften begleiten und unterstützen – ein zentrales Thema auch für B.A.U.M.

Veranstaltungsvorschau

B.A.U.M.-Jahrestagung und Preisverleihung 2014 (29.9. - 30.9.2014, Handelskammer Hamburg)



Bereits 2009 war die B.A.U.M.-Jahrestagung zu Gast in der Hamburger Handelskammer.

2014 kann B.A.U.M. gemeinsam mit seinen Mitgliedern sein 30. Jubiläum feiern! Auch die Jahrestagung im September wird aus diesem Anlass ein großes Event. Selbstverständlich darf ein Rückblick auf drei Jahrzehnte Engagement für nachhaltiges Wirtschaften nicht fehlen. Unter dem Tagungsthema „Mehr als Effizienz: Herausforderungen und Chancen für Unternehmen, Konsumenten und Politik“ möchten wir den Blick jedoch auch ganz entschieden in die Zukunft richten.

Es wird immer deutlicher, dass Effizienzsteigerungen allein nicht ausreichen, um z.B. die Klimaziele 2030 und 2050 zu erreichen. Auf der B.A.U.M.-Jahrestagung möchten wir daher folgenden Fragen nachgehen:

- Welche gesellschaftlichen Innovationen sind zusätzlich zu technischen Effizienzsteigerungen notwendig?
- Welche Innovationen bei Produkten, Produktionstechniken und Geschäftsmodellen sind nötig?
- Welche Leitplanken muss die Politik setzen?

- Wie sind entsprechende Veränderungen bei Konsum und Lebensstilen der Verbraucher zu erreichen?

Programm, Anmeldung und weitere Informationen unter www.baumev.de/umweltpreis.

Zur B.A.U.M.-Jahrestagung und Preisverleihung vgl. auch S. 115 in diesem Heft.

B.A.U.M.-Praxiswissen Nachhaltigkeit (4.11. - 5.11.2014, Hamburg)

In diesem zweitägigen Praxis-Seminar erfahren Sie, was sich hinter dem Begriff der Nachhaltigkeit verbirgt, wie Sie Nachhaltigkeit im Unternehmen implementieren, umsetzen und kommunizieren, wie Nachhaltigkeit in unterschiedlichen Branchen lebendig wird, welche Herausforderungen diese Aufgabe mit sich bringt und wie Sie zu einem erfolgreichen Nachhaltigkeitsmanager werden.

Mitarbeiter-Engagement für die Energiewende in Unternehmen

(20.11.2014, Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen)

Welches Energiewende-Potenzial steckt in unseren Mitarbeitern? Wie können wir die Entwicklung kreativer und innovativer Ideen in der Belegschaft fördern? Diese und andere Fragen diskutieren Praxisakteure und Wissenschaftler bei einem Workshop im Rahmen des Forschungsprojekts enEEbler. Es werden Best Practice-Beispiele wie die Belegschafts-Energiegenossenschaft von Volkswagen (Emden) vorgestellt und neue Maßnahmen und Instrumente zum Ideenmanagement für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz diskutiert.

www.eneebler.de

Besuchen Sie uns auch im Internet! Unter www.baumev.de finden Sie aktuelle Nachrichten und Veranstaltungshinweise.

Partner im Netzwerk



Als neue Mitglieder des Förderkreises von B.A.U.M. e. V.* begrüßen wir:

Bauverein der Elbgemeinden eG, Hamburg | DV-RATIO SMC GmbH, Hamburg |

GARANT Energiemanagement GmbH, Rheda-Wiedenbrück | Jan Kolthoff – Bewegte Mittagspause, Hamburg | Love Green – Markus Schmidt und Philipp A. Thode, München | Mietergenossenschaft Gartenstadt Farmsen e.G., Hamburg | NieLaTec Kunstharzbelagstechnik GmbH, Laer | ORTLIEB Sportartikel GmbH, Heilsbronn | Peter Sauber Agentur, Stuttgart | TRILUX GmbH & Co. KG, Arnsberg | umwelthauptstadt.de, Hamburg | UnitedSenses GmbH, München

* Stand zum Redaktionsschluss am 15.5.2014



Neue Allianzen im Dienste der Umwelt

Zum dritten internationalen Umweltkonvent sind Anfang April über 100 Umweltpreisträger und Aktivisten aus aller Welt nach Freiburg gekommen. Die Bilanz liest sich überaus positiv: Mit neuen Partnern und Strategien kehren sie zurück, um ihren Einsatz für Klimaschutz, eine intakte Umwelt und mehr soziale Gerechtigkeit an alter Wirkungsstätte fortzusetzen.

Von Horst Hamm

15.000 energiesparende Öfen und 2000 elektrisch betriebene Solarkocher hat Regula Ochsner im Jahr 2013 mit ihrer Schweizer NGO ADES in Madagaskar verkauft. Die neuen, von Einheimischen entwickelten Öfen benötigen nicht nur deutlich weniger Brennstoff, sie sollen perspektivisch ganz ohne Holz oder Holzkohle betrieben werden. Denn nach einer Prognose des WWF wird es im Jahr 2030 kein Holz und schon gar keine ursprünglichen Wälder mehr geben, wenn die Menschen weiter wie bisher mit Holz ihr Mittag- und Abendessen zubereiten oder Wasser kochen.

Das Problem: Es gäbe mit Steppengras aus den Weideflächen im Hochland der Insel zwar einen exzellent geeigneten Brennstoff – denn die Tierfarmer fackeln die Weiden vor der Regenzeit ohnehin ab, damit ihre Zebu-Rinder frisches Gras fressen können. Es gibt aber noch keine kostengünstigen Maschinen, um den Brennstoff zum alltäglichen Gebrauch aufzubereiten. Auf dem Umweltkonvent in Freiburg hat Regula Ochsner einen Partner kennengelernt, der ihr Problem möglicherweise löst: Ramesh Kumar Nibhoria aus Indien. Der Maschinenbauingenieur hat eine Biomasse-Pelletanlage entwickelt, mit der das Steppengras für den Hausgebrauch aufbereitet werden kann. In Indien versuchen Aktivisten nämlich in vergleichbarer Weise, dem Raubbau an Holz und Wäldern Einhalt zu gebieten. Und weil seine Maschine bereits in Serie gebaut werden kann, reist der Ingenieur demnächst nach Madagaskar, um das Geschäft unter Dach und Fach zu bringen.

„Durch solche Partnerschaften ist der Austausch während dieser Tage für mich Gold wert“, sagt Regula Ochsner. Und meint dies nahezu wörtlich: Die indische Maschine kostet rund 20.000 Euro, eine vergleichbare Technik aus Europa wäre mehr als doppelt so teuer. „Mindestens genauso wichtig ist es für uns aber auch, dass es bei dieser Kooperation zum direkten Austausch zwischen weniger entwickelten Ländern kommt – und die Menschen in Madagaskar nicht immer auf die Segnungen der Weißen angewiesen sind. Sie können sich gar nicht vorstellen, wie wichtig das ist!“

Vergleichbare Begegnungen haben den vier Tage dauernden Umweltkonvent in Freiburg geprägt. „Für meine derzeitige Initiative „Kurswechsel Landwirtschaft“ habe ich einige neue Partner kennengelernt“, sagte beispielsweise Hans Herren, aktueller Gewinner des Alternativen Nobelpreises. „Diese Veranstaltung bietet ein hervorragendes Forum, um Netzwerke aufzubauen und neue Koalitionen zu schmieden.“ Der Präsident der Millennium Foundation setzt sich seit Jahren für eine andere Form der Landwirtschaft ein, um vor allem in Afrika den Hunger zu verringern.

Nadezhda Kutepova wiederum, die in Russland seit zehn Jahren als Juristin Opfer der Atomindustrie verteidigt, fühlt sich einfach nur gestärkt: „Es hilft mir, wenn ich hier mit Aktivisten zusammenkomme, die mich verstehen. Das ist eine große psychologische Unterstützung, die mir Mut macht, in Russland mit meinem Einsatz weiter zu machen.“

The world of
green products
30.8. – 2.9.2014
Messe Frankfurt

Nachhaltigkeit trifft Design

Erleben Sie die Ecostyle – Europas Fachmesse für Konsumgüter, die Design, Funktion und Nachhaltigkeit perfekt verbindet.

ecostyle.messefrankfurt.com



Und selbst wir im hochentwickelten Deutschland können von dem lernen, was Umwelt-preisträger in fernen Ländern machen: Dibal Barua, der Vorsitzende der Bright Green Energy Foundation in Bangladesh, hat in Freiburg seine Vision vorgestellt, Bangladesch zu einer der ersten Solarnationen der Welt zu machen. Bereits heute bekommen 2,8 Millionen Menschen in ländlichen Gebieten Solarstrom. 2020 sollen es bereits 75 Millionen sein. „Wir sorgen für grüne Energie in Regionen, die bisher noch nicht einmal mit Strom versorgt sind. Und wir schaffen dabei auch noch viele Arbeitsplätze“, berichtete der Streiter für eine solare Zukunft. Für ihn ist es absehbar, dass Lampen, Fernseher, Handys und auch die Millionen Wasserpumpen auf den Reisfeldern nicht mehr lange mit Strom aus Dieselaggregaten, sondern nur noch mit Solarstrom betrieben werden. Müssen wir über die Kosten der Energiewende streiten, muss man sich fragen, während eines der ärmsten Länder der Welt in Sachen Solarstrom einfach Tatsachen schafft? Die Veranstalter des Umwelttreffens waren über die Netzwerke und Allianzen, die sich gebildet haben, jedenfalls hocherfreut: „Ich habe mit vielen Teilnehmern gesprochen, und sie haben mir alle bestätigt, wie wichtig dieser persönliche Austausch und das Kennenlernen für sie ist, das wir hier bieten“, sagt Bernd Dallmann, der Gründungsvorstand der Europäischen Umweltstiftung, die das Treffen ausgerichtet hat. Dass Baden-Württembergs Landwirtschaftsminister Alexander Bonde und Staatssekretärin Rita Schwarzelühr-Sutter aus dem Bundesumweltministerium sich die Ehre gaben, zu den Umweltaktivisten zu sprechen, und EU-Klimakommissarin Connie Hedegaard in einem Grußwort an alle appellierte, im Bereich Klimaschutz die notwendigen Impulse zu setzen, zeigt, dass dieses weltweit einzigartige Treffen inzwischen auch von Regierungsvertretern ernst genommen wird. Der Termin für nächste „International Convention of Environmental Laureates“ steht denn auch bereits: 13.-15. März 2015 Weitere Informationen: www.european-environment-foundation.eu

„Wir werden von Regierungsvertretern Ernst genommen“

forum sprach mit dem Veranstaltungsleiter und Gründungsvorstand der Europäischen Umweltstiftung Bernd Dallmann zum Treffen der Umweltpreisträger in Freiburg.



Herr Dallmann: Welches Fazit ziehen Sie nach vier Tagen und einem großen Programm?

Das dritte Zusammentreffen war das intensivste seiner Art. Damit beginnt ein Teil unserer Ziele bereits Wirklichkeit zu werden: Die Umweltpreisträger beginnen damit, sich gegenseitig zu beraten, zu unterstützen und zu vernetzen.

Wie sehen die Netzwerke denn konkret aus?

Es ist ganz eindeutig so, dass diejenigen, die aus den gleichen Bereichen kommen, miteinander ganz neue Allianzen schmieden. Sie informieren sich gegenseitig, weil sie sehen, dass sie letztlich die gleichen Probleme haben, auch wenn sie von ganz unterschiedlichen Kontinenten kommen. Wie kann ich mich gegen den Staat wehren? Wie die sozialen Medien nutzen? Wie lässt sich ein Protest am besten organisieren und verstärken? Das sind Fragen, die ganz viele gleichermaßen lösen müssen.

Inzwischen sprechen auch Vertreter der Bundes- und Landesregierung zu den Teilnehmern ...

Darüber freuen wir uns sehr. Das zeigt uns, dass dieses Treffen inzwischen auch von Regierungsvertretern ernst genommen wird. Allerdings benötigen wir noch mehr Unterstützer sowohl aus der Politik wie auch aus der Wirtschaft. Es gehört zu unseren Hauptarbeiten, die nächste Veranstaltung zu finanzieren, denn es gibt keinen festen Fonds und keinerlei konkrete Zusagen. Hier freuen wir uns über jedes positive Signal.

Forum

Nachhaltig Wirtschaften

Spannende Termine aus der Reihe: forum Nachhaltig Wirtschaften Events

Aktuelle Infos unter: forum-csr.net/events

25. September 2014, München

Nachhaltigkeit erfolgreich managen – Praxis-Screening-Workshop

Viele Unternehmen stehen aktuell vor der Herausforderung, wie sie ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten mithilfe spezifischer Nachhaltigkeits-Management-Software (NMS) professioneller managen und reporten können. Aufgrund der Vielzahl von Produkten und Anbietern ist die bedürfnisorientierte Auswahl der „richtigen“ Software zeitaufwendig. Im Rahmen eines „Screening-Workshops“ wird Nachhaltigkeitsverantwortlichen von Unternehmen die exklusive Chance geboten, sechs Systeme an nur einem Tag live zu erleben, sich direkt mit den Anbietern auszutauschen und damit der Auswahl des richtigen Systems einen wichtigen Schritt näherzukommen.

26. und 27. September, Hamburg

5. und 6. Dezember, München

Storytelling – Reden, Präsentationen und Pitchings halten, die man nie vergisst



Erfolgsstrainer
Ralph Willmann

Nachhaltigkeit braucht Geschichten. Wer die Herzen der Menschen bewegt, kann auch gesellschaftlich und unternehmerisch viel bewegen. Wenn auch Sie bewegen wollen – für Nachhaltigkeit, Ihre Ideen, Ihr Produkt – wird Storytelling den entscheidenden Unterschied machen. Schauspieler und Coach Ralph Willmann vermittelt in seinem Seminar, wie Sie Geschichten so heiß stricken, dass Ihre Zuhörer sie miterleben. Ein Muss für Kommunikationsleute, eine Bereicherung für Vortragende und Führungskräfte.

Nachhaltigkeit braucht Geschichten. Wer die Herzen der Menschen bewegt, kann auch gesellschaftlich und unternehmerisch viel bewegen. Wenn auch Sie bewegen wollen – für Nachhaltigkeit, Ihre Ideen, Ihr Produkt – wird Storytelling den entscheidenden Unterschied machen. Schauspieler und Coach Ralph Willmann vermittelt in seinem Seminar, wie Sie Geschichten so heiß stricken, dass Ihre Zuhörer sie miterleben. Ein Muss für Kommunikationsleute, eine Bereicherung für Vortragende und Führungskräfte.

ecostyle

30. August bis 02. September 2014
in Frankfurt

Ecostyle Nachhaltigkeit trifft Design

Die Ecostyle ist die Informationsplattform und Ordermesse für geprüft nachhaltige Konsumgüter im europäischen Einzelhandel und findet parallel zur internationalen Konsumgütermesse Tendance statt. Die Fachmesse präsentiert umweltbewusste Lifestyle- und Designprodukte. Ein unabhängiger Fachbeirat prüft alle Produkte, ordnet deren Nachhaltigkeitsgrad ein und ist mit einem Vetorecht ausgestattet. www.ecostyle.messefrankfurt.com



02. bis 06. September 2014 in Leipzig

Degrowth

Diese internationale Konferenz für ökologische Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit will gemeinsam mit Menschen aus Praxis, sozialen Bewegungen, Wissenschaft und Kunst konkrete Schritte für eine Gesellschaft jenseits des Wach-

tumspadigmas entwickeln. Aktuelle Forschungsergebnisse, Projekte und Politikvorschläge werden vorgestellt und diskutiert. Neue und innovative Wege gibt es auch bei der Gestaltung der Konferenz: Der Teilnehmerbetrag kann selbst gewählt werden, das Essen wird vegan, biologisch und aus der Region sein und für Menschen mit geringem Einkommen stellen Leipzigerinnen kostenlos private Schlafplätze zur Verfügung.

www.degrowth.de



05. bis 07. September 2014 in Dortmund

FAIR TRADE & FRIENDS

Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel findet in der Messe Westfalenhallen Dortmund statt. Besucherzielgruppe der FAIR sind diejenigen, die sich für fair gehandelte und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen im Rahmen eines ökologisch und sozial verantwortlichen Konsums interessieren und sich über Zukunftstrends in diesem Sektor informieren möchten. www.fair2014.de

VISION SUMMIT

/ Social Innovation
2014

10. bis 11. September 2014 in Berlin

VISION SUMMIT 2014

Soziale Innovationen als Treiber des Wandels: Bei der Leitkonferenz für Social Entrepreneurship und Social Business treffen sich Pioniere sowie Gründer, Aktivisten und Förderer der Szene. Sie feiern und nutzen die Erfolge der jüngsten Zeit. Wirtschaft, Weltbank, G8-Gipfel, das Weiße Haus, alle haben zwischenzeitlich Förderprogramme für Social Innovations. Die Teilnehmer des Summits diskutieren und organisieren die nächsten Schritte, beispielsweise die Formierung einer breiten gesellschaftlichen Bewegung unter dem Motto „WeQ – More than IQ“.

www.visionsummit.org



25. September in Berlin

Fachkongress Nachhaltige Ökonomie

Die Veranstaltung steht unter dem Leitgedanken „Schritte der Transformation“ und

widmet sich vertiefend der „Umsetzung der Nachhaltigen Ökonomik in der Praxis“, der „Umsetzung der Energiewende im Kontext des EEG 2014“ sowie der übergreifenden Fragestellungen der Ressourcenproblematik. In den Diskussionen können Teilnehmer einen aktiven Beitrag zur Systemtransformation hin zu einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Gesellschaft leisten.

www.kongress.nachhaltige-oekonomie.de

30. September 2014, München

Co-Creation-Day von BlueFielders: ALL TOGETHER NOW

Erfolgreiche Unternehmen setzen vermehrt auf Co-Creation: Nicht mehr für Kunden, sondern mit ihnen und mit allen Stakeholdern werden neue Produkte und Services entwickelt. Eigene Co-Creation-Centers werden dafür errichtet, in denen gemeinsam Neues erfunden wird. Die internationale Beratergruppe BlueFielders hat verschiedene Projekte dieser Art begleitet. Nun gibt sie mit Experten aus Unternehmen ihre Erfahrungen weiter.

www.bluefielders.com

Nationale Plattform Zukunftsstadt

30. September 2014 in Berlin

Nationale Plattform Zukunftsstadt (NPZ)

Zum ersten Mal findet auf Initiative der drei Bundesministerien für Bildung & Forschung, Umwelt, Naturschutz, Bau & Reaktorsicherheit und Wirtschaft die Fachkonferenz „Nationale Plattform Zukunftsstadt“ statt. Fast 100 Expertinnen und Experten arbeiten an einer strategischen Forschungs- und Umsetzungsagenda für die zukunftsweisende Entwicklung unserer Städte. Bringen Sie sich auf der Fachkonferenz ein. Die Stadt der Zukunft braucht Ihre Ideen.

www.nationale-plattform-zukunftsstadt.de

weimarer VISIONEN

02. bis 05. Oktober 2014 in Weimar

Weimarer Visionen

Die Festspiele des Denkens präsentieren vielfältige Wege, die zu Inspiration, Klärung

und Sinnfindung führen. Visionäre, Interessierte und Aufbruchswillige treffen sich zum Dialog über Wege eines gesellschaftlichen Wandels – zum Wohle unserer Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft, eingebettet in ein „sinnliches“ Rahmenprogramm. Das Motto der Veranstaltung lautet „HEIL SEIN - Gesunder Geist – Gesunder Körper – Gesunde Welt“. Auch in diesem Jahr versprechen die Weimarer Visionen zu einem Event der Sonderklasse zu werden, denn auch das Zweckfreie, die Freude, die Verbundenheit und die hohe Kultur der Geselligkeit haben in Weimar ihren Raum.

www.weimarerrevisionen.de



09. bis 12. Oktober 2014 in Augsburg

RENE XPO®

Die Energiefachmesse für Bayern

Unter dem Motto „Richtig Investieren!“ bietet die RENE XPO Zukunft und begeistert. Sie hat die zentrale Aufgabe, die richtigen Investitionen im Energiebereich in Bayern zu fördern. Mit ihrem Messe-, Kongress- und Rahmenprogramm richtet sie sich an private, gewerbliche und öffentliche Investoren, Fach- und Nachwuchskräfte sowie Meinungsbildner und Entscheidungsträger.

www.renexpo.de



11. bis 12. Oktober 2014 in Berlin

Entrepreneurship Summit

Wer ein Unternehmen gründet, kennt den Prozess: an der Gründungsidee feilen, Teile verwerfen, neu kombinieren – solange, bis ein wirklich ausgereiftes, tragfähiges Entrepreneurial Design entsteht. Wer Methoden des konzept-kreativen Gründens lernen möchte, kommt zum Entrepreneurship Summit. Rund 85 Speaker haben bereits zugesagt, ihr Expertenwissen in Keynotes, Impulsgruppen, Podiumsdiskussionen und Workshops weiterzugeben. Lassen Sie sich von erfolgreichen Gründern inspirieren und nutzen Sie die Erfahrungen

von Serial Entrepreneurs mit 1.500 Gleichgesinnten.

www.entrepreneurship-summit.de



17. bis 18. Oktober 2014 in Glonn bei München

Unternehmer meines Lebens UML-Kongress 2014

Die Belastbarkeit von Gesellschaft und Planet sind bereits überschritten und auch im eigenen Umfeld stoßen immer mehr Menschen an ihre Grenzen. Oft wissen wir nicht, wie wir unsere Arbeits-, Wirtschafts- und Lebensweise verändern können, damit alles wieder „in den Fluss“ kommt. Der UML-Kongress 2014 „Alles im Fluss!“ zeigt hier Impulse, Perspektiven und Beispiele für neue Wege zu einer natürlichen Wirtschaft und zum Wohl von Gesellschaft und Natur. Vielfältige Praxisworkshops unterstützen die sofortige Umsetzung.

www.unternehmermeineslebens.de



munich

21. bis 23. Oktober 2014 in München

eCarTec Munich 2014

Mit Themenschwerpunkten „Powertrain & Electronics“, „Energy & Infrastructure“, „Energy Storage“ und „Electric Vehicles“, den Sonderschauen „eBikeTec“ und „Mobility Concepts“ sowie den Parallelmessen sMove360° – Connected Drive und MATERIALICA 2014 als Fachmesse für Lightweight Design for New Mobility bildet die eCarTec Munich als weltweit größte Fachmesse für Elektro- & Hybrid-Mobilität die komplette Bandbreite in diesem Themenbereich ab. Auf der eCarLive-Drive-Teststrecke können Sie verschiedenste Elektrofahrzeuge in Aktion bestaunen und fahren. Ein weiterer Höhepunkt sind der hochkarätig besetzte, zweitägige eCarTec Kongress sowie die Verleihung des eCarTec Awards 2014 als Bayerischer Staatspreis für Elektro- & Hybrid-Mobilität.

www.ecartec.de

Vorschau

Diese Themen erwarten Sie in **forum** Ausgabe 4/2014
(Erscheint am 1.10.2014)



Schwerpunkt:

Zukunftstechnologien – Nanotech, Biotech, Cleantech

Keine Angst vorm Fliegen: Vom Bio-Sprit über das Flugzeugrecycling bis hin zu Solar- und Elektroflieger von Airbus über Elektra bis Zeppelin +++ **Patente für die Zukunft:** Ein Blick in die Schatzkammer des Europäischen Patentamtes +++ **Frischer Wind:** Windkraft vom Ladegerät für Mobiltelefone bis zur modernen Offshore-Technologie +++ **Werkstoffe der Zukunft:** Carbon & Co +++ **Goldgrube Müll:** Abfälle und Abwasser sind Schatzkammern



Special:

Bildung & Nachhaltigkeit

Neue Schulen braucht das Land: Bildungssystem am Scheideweg +++ **Wie bekommt man Nachhaltigkeit in die Unternehmen:** Bottom-up oder Top-down? +++ **Erfolgsbilanz der Dekade für nachhaltige Bildung**

Themen:

Verantwortung Arbeitsplatz: Kann IT krank machen? +++ **Green Events:** Von der Weihnachtsfeier bis zur Großveranstaltung +++ **Neue Serie:**

Pioniere der Nachhaltigkeit +++ **Green Money:** So investieren Sie richtig +++ **Luxusreisen:** Startrampe für den Bewusstseinswandel? +++ **Mobilität:** Das e-Taxi kommt! +++ **Im Fokus:** Nachhaltigkeit und CSR in der Pharmabranche +++ **Im Portrait:** Stiftungen aus Politik und Wirtschaft +++ **Generation 50+:** Die Ressource der Zukunft +++ **Nachhaltiges Bauen und Sanieren im Themenjahr:** Grüne Hochhäuser

Impressum

Herausgeber: ALTOP Verlag GmbH in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.
Redaktion: Fritz Lietsch, Edda Langenmayr, Johannes H. Fleischmann, Sabine Kirchner, Maja Tittlbach, Uta Dobler, Telefon +49 (0)89 / 74 66 11 - 0
redaktion@forum-csr.net; www.forum-csr.net
Korrektorat: Vera Schilffarth
Verlag: ALTOP Verlag GmbH, Gotzinger Str. 48, 81371 München, Telefon +49 (0)89 / 74 66 11 - 0 Fax +49 (0)89 / 74 66 11 - 60, info@altop.de; www.altop.de
Geschäftsführer: Fritz Lietsch; Gerichtsort München; Handelsregister Nr. 749 25
Anzeigenbetreuung: forum Büro Nord, Lasbeker Str. 9, 22967 Tremsbüttel, Dagmar Hermann, Telefon +49 (0)4532 / 2 14 02 , d.hermann@forum-csr.net, mit Hugo Quenzer, Maximilian Römer, Jürgen Willert, Felicitas Bittong, Michaela Buck-Bauer, Rolf Wunder, Daniela Günter, Dieter Möller
Abonnementbetreuung: forum Büro Süd, Jennifer Stanulius, abo@forum-csr.net Telefon +49 (0)89 / 74 66 11 - 10
Marketing: Maja Tittlbach, m.tittlbach@forum-csr.net, Telefon +49 (0)179 / 5 01 49 40
Vertrieb: IPS Pressevertrieb GmbH Postfach 12 11 53334 Meckenheim Telefon +49 (0)2225 / 88 01 - 0, info@ips-pressevertrieb.de
Bezug auch direkt unter www.forum-csr.net
Layout und Satz: dtp/layout; www.dtp-layout.de
Preis: 7,50 Euro
Erscheinungsweise: vierteljährlich
ISSN 1865-4266
Printed in Germany 2014

Für die redaktionellen Beiträge von Unternehmen sowie die Best Practice-Beispiele sind die Unternehmen selbst verantwortlich. Namentliche oder anders gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Die durch die Herstellung des Magazins verursachten Treibhausgase werden durch Klimaschutzmaßnahmen kompensiert. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages unter Angabe der Bezugsanschrift gestattet. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in der Regel die männliche Schreibweise verwendet. Wir weisen an dieser Stelle ausdrücklich darauf hin, dass sowohl die männliche als auch die weibliche Schreibweise für die entsprechenden Beiträge gemeint ist.

Kuratorium

Energie Prof. Dr. Claudia Kemfert, DIW; Dr. Axel Berg, EUROSOLAR **Ethischer Konsum** Michael Kuhndt, CSCP **Gesellschaft & Zukunft** Prof. Dr. Rolf Kreibich, Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung; Stefanie Wahl, Denkwerk Zukunft **Globalisierung & Entwicklung** Prof. Dr. Franz Josef Radermacher, Universität Ulm; Barbara Unmüßig, Heinrich-Böll-Stiftung **Green Money** Rolf D. Häßler, oekom research AG; Volker Weber, Forum Nachhaltige Geldanlagen **Landwirtschaft & Ernährung** Bernward Geier, COLABORA **Medien** Prof. Dr. Torsten Schäfer, Hochschule Darmstadt **Psychologie** Prof. Dr. Lenelis Kruse, Universität Heidelberg **Social Business** Peter Spiegel, GENESIS **Umwelt- & Ressourcenschutz** Prof. Maximilian Gege, B.A.U.M. **Klima & Ozeane** Mojib Latif, Geomar



CO₂-neutral gedruckt mit dem Projekt www.grünesklima.de – ein Produkt der Miller Forest Investment AG.

Dauerhafte und ökologisch wertvolle Bindung von Kohlendioxid durch Mischwaldaufforstung in Südamerika.

Inhalt gedruckt auf Steinbeis Charisma Silk, hergestellt aus 100 % Altpapier, ausgezeichnet mit dem Blauen Engel. Ein Produkt der Steinbeis Papier GmbH. Umschlag gedruckt auf Satimat Green, hergestellt aus 60-prozentigem Anteil an Recyclingfasern sowie 40 Prozent FSC®-zertifizierten Fasern. Ein Produkt der Arjowiggins Graphic.

*Unsere Baubiologen
schaffen täglich für nichts:
Keine Luftschadstoffe. Kein Elektromog.
Keine allergieauslösenden
Baumaterialien.*

Baufritz verzichtet zu 100% auf gesundheitsbedenkliche Baustoffe.



Unsere Fachberater sind keine Gesundheitsapostel. Sondern zertifizierte Baubiologen (IBN) und damit das Beste, was Ihnen beim Hausbau passieren kann. Ob Schadstoffprüfung, Raumluftmessung, Elektromog-Schutzebene ‚Xund-E‘ oder allergikergerechtes Wohnen – wir haben etwas gegen gesundheitsbedenkliche Stoffe. Das versprechen wir Ihnen!

.....
Erleben Sie die baubiologisch wertvolle Gesundheitsarchitektur bei einem Besuch unseres neu eröffneten Musterhauses ‚Alpenchic‘ im Bauzentrum München-Poing.



*Jetzt weiterlesen und mehr
gesunde Vorteile entdecken:*

www.baufritz.de



BAUFRITZ®

Der Ökohaus-Pionier seit 1896

Corporate
Responsibility

Prime

rated by

oekom r|e|s|e|a|r|c|h

Ein bisschen
nachhaltig kann jeder.



Die HypoVereinsbank überzeugt seit 12 Jahren.

Als eines der nachhaltigsten Finanzinstitute achten wir auf ökologische und soziale Auswirkungen unserer Aktivitäten und handeln verantwortlich. Auch darum halten wir bereits seit 12 Jahren in Folge den begehrten oekom Prime-Status. Eine Auszeichnung, mit der wir uns nach Meinung der renommierten Ratingagentur oekom research AG für ein nachhaltiges Investment empfehlen.

Weitere Infos finden Sie unter hvb.de
und oekom-research.com

Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Willkommen bei der
HypoVereinsbank
Member of **UniCredit**