



Einleitung



Täglich lesen wir von Rekordtemperaturen, extremem Wetter, Überschwemmungen und Dürren, von erneuerbaren Energien, CO₂-Emissionen, Recycling und Energieeffizienz. Die Umwelt macht immer wieder Schlagzeilen. Nach und nach treffen die Regierungen der Welt nun Vereinbarungen, um die negativen Umwelteinflüsse des Wirtschaftslebens einzugrenzen. Und diese werden die Unternehmen zweifellos vor neue Herausforderungen stellen.

Aber die Situation ist zu ernst, als dass man abwarten könnte, bis die Regierungen handeln. Die Verbraucher erwarten heute von der Wirtschaft, dass sie die Verantwortung für ihr Handeln übernimmt – dass sie ihre Verfahren analysiert, deren Umweltauswirkungen erfasst und eine Strategie zu deren Begrenzung entwickelt. Zudem empfiehlt es sich für die Unternehmen, ihre Kunden über ihre Bemühungen zum Umweltschutz auf dem Laufenden zu halten.

Dieses Buch soll Sie dabei unterstützen, den grünen Weg zu gehen. Fallstudien zeigen, welche Erfahrungen andere Unternehmen gemacht haben. Es bietet Ihnen Argumente an, um innerhalb Ihres Unternehmens Überzeugungsarbeit zu leisten, und Ratschläge, um den Verbrauchern Ihre grüne Botschaft optimal zu kommunizieren. Jeder Einzelne und jede Firma kann etwas bewegen, doch wir müssen jetzt gleich mit der Arbeit beginnen.

Kapitel 1

Die Umwelt und die Wirtschaft

Es wird immer deutlicher, dass unser Planet einer wachsenden Umweltbelastung ausgesetzt ist. Diese Umweltprobleme werden von vielen Menschen mit großer Sorge betrachtet – und sie sind eine Herausforderung, der sich die Wirtschaft stellen muss.

Warum grün?

In der Wirtschaft herrschte lange Zeit die Meinung, dass die Integration von Umweltschutz in die Unternehmensstrategie vor allem Geld kostet. Inzwischen ist aber klar, dass Ignoranz Geld kostet und dass Unternehmen, die sich gegen die Ökologie entscheiden, langfristig Nachteile haben werden.

Grün ist kein Luxus

Ein grüner Weg wird nicht mehr als Luxus angesehen, der für den Erfolg eines Unternehmens unerheblich ist. Seltener geworden ist auch die Ausrede, dass das Verhalten einzelner Unternehmen für den Planeten als Ganzes nichts bringt. Vielmehr sehen die Führungskräfte von heute echtes Wachstumspotenzial für Unternehmen mit einer ökologischen Ausrichtung. Zu den heute führenden Unternehmen gehören auch solche, die sich eine radikale Umweltpolitik zu eigen gemacht und davon profitiert haben.

Vorreiterrolle

In Zeiten internationaler Krisen und großer Zukunftsängste scheint es ein gewaltiger Schritt zu sein, auf Ökologie zu setzen. Doch einige der heute erfolgreichsten Unternehmen haben sich dafür entschieden; sie haben an ihrer Umweltbilanz gearbeitet und ihr Bild in der Öffentlichkeit verbessert; sie stellen Mittel bereit, um sich gegen künftige Umweltgefahren zu wappnen. Die Anbieter von regenerativen Energien (zum Beispiel Wellenkraftwerke und Windenergie-parks) oder Unternehmen wie Toyota (Forschung und Entwicklung von Hybridmotoren) gehen ihren Weg mit grünen Technologien. Dies zeigt, welche Möglichkeiten der Umweltschutz bietet.

An der Spitze bleiben

Überall auf der Welt treten immer strengere Umweltvorschriften in Kraft. Unternehmen, die weiterhin die Umwelt schädigen, werden zunehmend mit hohen Bußgeldern belegt oder in ihrer Tätigkeit eingeschränkt. Es wird die Forderung nach einer Meldepflicht für Probleme laut, damit unethisches oder umweltschädliches Handeln nicht länger vertuscht werden kann. Genauso wie Investoren vor einer Firma zurückschrecken, die sich wenig um Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter kümmert, kann auch der Wert umweltschädiger Unternehmen auf dem Aktienmarkt fallen. Die besten Chancen, an der Spitze zu bleiben, haben diejenigen, die dieses Thema proaktiv angehen.



IM FOKUS ... HANDFESTE GRÜNDE FÜR EINEN GRÜNEN WEG

Mit ökologischen Strategien lassen sich Effizienz und Rentabilität eines Unternehmens verbessern:

- Die Missachtung von Umweltstandards führt häufig zum Ausschluss von Ausschreibungen – vor allem bei öffentlichen Ausschreibungen.
- Zahlreiche Hochschulabgänger lehnen es

ab, für Unternehmen zu arbeiten, die sie für unmoralisch halten.

- Grüne Geschäftspraktiken (wie etwa Heimarbeit) steigern die Produktivität der Mitarbeiter bis zu 20 Prozent.
- Wenn man ökologisch nachhaltige Geschäftspraktiken einführt, lassen sich Kosten senken und Gewinne steigern.

FALLSTUDIE

Grüne Gewinne

Der Chemiekonzern DuPont, ein Global Player mit einem jährlichen Umsatz von über 30 Milliarden US-Dollar, arbeitet bereits seit mehr als 20 Jahren daran, die Emission klimaschädlicher Gase zu verringern. Das amerikanische Unternehmen hat damit nach eigenen Angaben rund 3 Milliarden US-Dollar eingespart. 1991 wurde damit begonnen, die Emissionen zu erfassen. Um sie zu senken, wurden 50 Millionen US-Dollar in die Umrüstung der Anlagen investiert. Der Ausstoß sank in einigen Fällen bis zu 55 Prozent. Das hat den Energieverbrauch bei gleichzeitigem Wachstum um 9 Prozent gesenkt. Durch diesen innovativen Denkansatz ist DuPont jetzt ganz vorn und ein Vorbild für viele, die einen grünen Weg einschlagen wollen.

Druck durch Verbraucher

Eines der unschlagbarsten Argumente für Unternehmen, einen grünen Weg einzuschlagen, kommt von Verbrauchern. Immer häufiger wird die Forderung nach Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit laut; mehr als 25 Prozent der Verbraucher gaben an, dass sie nichts von Organisationen kaufen würden, die einen schlechten ökologischen Ruf haben. Die Zufriedenheit der Kunden steigt, wenn die Unternehmen sie davon überzeugen können, dass ihr Geld nicht dazu verwendet wird, den Planeten zu schädigen.

Argumente für die Umwelt

Die Einstellungen gegenüber Green Business verändern sich, weil sich die Umwelt rapide verändert. Durch die Industrialisierung wird die Erde immer stärker belastet. Die Städte dehnen sich aus, und die wild lebenden Tiere sind bedroht, weil ihre Rückzugsgebiete zerstört werden. Die Umweltverschmutzung durch die Industrie schädigt die Ökosysteme in Ozeanen und Flüssen, und die Luftverschmutzung in den Städten verschlägt einem den Atem. Immer größere Mengen von Abfall werden auf übervolle Deponien gekippt. Die natürlichen Ressourcen werden schnell aufgebraucht, die Ölrroräte werden knapper, die Regenwälder verschwinden. Diese Umweltprobleme werfen Fragen auf, mit denen sich Industrie und Handel beschäftigen müssen.

Die größte Umweltherausforderung ist der Klimawandel. 2007 erarbeitete der Zwischenstaatliche Ausschuss für Klimafragen (IPCC) – ein internationales wissenschaftliches Gremium, das von den UN einberufen wurde – seinen vierten Klimabericht. Einmütig wurde festgestellt, dass sich die Erdatmosphäre erwärmt und dass diese Erwärmung offenbar von den Menschen zu verantworten ist.

Der IPCC sagte vorher, dass der Klimawandel mit hoher Wahrscheinlichkeit unsere Nahrungsmittelversorgung gefährden, Tier- und Pflanzenarten auslöschen sowie zu Fluten und Epidemien führen wird. Die Schlussfolgerung des IPCC lautet: Der Klimawandel wird, wenn wir nichts tun, langfristig stärker sein als die Anpassungsfähigkeit der natürlichen und menschlichen Systeme.



IM FOKUS ... DAS DREI-SÄULEN-MODELL

Die drei Säulen dieses Modells sind die Menschen, der Planet und die Gewinne. Nach diesem Konzept sollen die Unternehmen nicht einfach nur ans Finanzkapital denken, sondern auch ans Humankapital – das Wohl aller Menschen, sei es nun das der Belegschaft oder der Gemeinde-

bewohner – und ans natürliche Kapital, also an unsere Umweltressourcen. Die natürliche Umwelt ist keine frei verfügbare und unendlich erneuerbare Ressource. Das Modell erkennt diese Realität an und zwingt die Unternehmen, verantwortungsbewusst mit Ressourcen umzugehen.

Klimawandel

Vor der industriellen Revolution gab es auch Umweltveränderungen auf der Erde – aber das waren natürliche. Die moderne Lebensweise hingegen hat zu einer schweren Schädigung der Umwelt geführt; und wenn wir unsere Lebens- und Arbeitsgewohnheiten nicht ändern, besteht die Gefahr, dass die Erde unbewohnbar wird.



***Anthropogen –**
menschengemacht.



***Treibhausgas –**
jedes Gas, das, wenn es erst einmal in der Atmosphäre ist, zur Erderwärmung beiträgt.



***Kohlendioxid –**
bei Standardtemperaturen und -drucken ein Gas aus Kohlenstoff und Wasserstoff; heute allgemein CO_2 genannt.

Temperaturanstieg

Im vergangenen Jahrhundert ist es auf der Erde immer wärmer geworden; die Temperatur nahm um etwa 0,75 Grad Celsius zu. Das Klima war immer natürlichen Schwankungen unterworfen, es gab wärmere und kältere Zeiten – wie etwa die Eiszeiten. Die jüngste Klimaerwärmung ist jedoch anthropogen*. Das Problem sind die Treibhausgase* (THGs), die wir in zunehmender Menge produzieren: Kohlendioxid* (CO_2), aber auch Lachgas (N_2O), Methan (CH_4) und eine Gruppe von Gasen, die man halogenierte Kohlenwasserstoffe nennt. Der globale Anstieg der Temperatur in den letzten 100 Jahren hängt eng damit zusammen, dass wir immer mehr dieser THGs produzieren.

Treibhauseffekt

Die THG-Ansammlung in der Atmosphäre trägt zum Treibhauseffekt bei. Die Sonnenenergie, die auf die Erde trifft, wird von der Erdoberfläche absorbiert, die die Strahlung wieder abgibt. Wegen der THGs in der Atmosphäre entweicht die Hitzeenergie nicht in den Weltraum; sie strahlt auf die Erde zurück und führt zur Erwärmung. Durch Zunahme der THG-Emissionen erwärmt sich das Klima immer weiter.



IM FOKUS ... TREIBHAUSGASE

- Kohlendioxid entsteht unter anderem, wenn man fossile Brennstoffe verbrennt, etwa um Elektrizität zu erzeugen oder Autos anzutreiben, aber auch bei der Zementproduktion.
- Methan entsteht beim Faulen organischer Stoffe (etwa in Deponien). Ein zentraler Erzeuger dieses THG ist die Landwirtschaft, insbesondere die Viehwirtschaft.
- Lachgas (N_2O) entsteht auf natürlichen Wege durch Bakterien in den
- Ozeanen und im Boden, doch durch Stickstoffdüngemittel und Tierabfälle nahmen die anthropogenen N_2O -Emissionen zu.
- Halogenierte Kohlenwasserstoffe wie Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW) tragen zum Treibhauseffekt bei. Sie kamen zum Beispiel in Kühlchränken und Spraydosen vor. Seit 1989 gibt es ein weltweites Verbot von FCKW.

Zunahme der Emissionen

Die Hauptquellen für anthropogene THGs sind: Energieproduktion, Forstwirtschaft, Industrie, Landwirtschaft und Transportwesen. In allen Wirtschaftszweigen entstehen THG-Emissionen durch den Energieverbrauch in der Produktion, durch Verbrauch von Ressourcen und Rohmaterialien, durch den erzeugten Abfall, der auf die Deponie gebracht wird, und durch den Transport der Produkte.

Von den THGs trägt CO_2 am meisten zum Klimawandel bei. Zwischen 1970 und 2004 nahmen die CO_2 -Emissionen pro Jahr um 80 Prozent zu. So ist der CO_2 -Anteil in der Atmosphäre heute höher als in den letzten 650.000 Jahren zuvor.

Globale Effekte

Die Auswirkungen des Klimawandels sind auf unserem Planeten ganz unterschiedlich, die einzelnen Länder sind jeweils mit anderen Herausforderungen konfrontiert. Die Erwärmung der Ozeane und das Schmelzen des Polareises tragen dazu bei, dass der Meeresspiegel ansteigt, wodurch das Überschwemmungsrisiko größer wird. Dadurch sind eine Reihe von Großstädten bedroht, unter anderem Hongkong, London, New York, Schanghai und Tokio. Die Ausbreitung der Wüsten betrifft große Bereiche Australiens, Afrikas und Asiens. Und bei einer Zunahme der Erdtemperatur von 4 Grad Celsius gehen weltweit Ernteerträge zurück. In einigen Regionen nehmen bereits die extremen Wetterereignisse zu – und das wird sich noch weiter verschärfen.