BUSINESS ART

WIRTSCHAFT MIT WEITBLICK

04|2022

BUSINESSART 4/2022, Österr. Post AG. MZ 13Z039642M, Lebensart Verlags GmbH, Wiener Str. 35, 3100 St. Pölten, Ö: € 7,30

4 190914 507309 04

2022 Nachhaltige Gestalter*innen Österreichs

HABEN SIE EINEN PLAN?

Wie Sie Nachhaltigkeit systematisch managen.

*Michaela Krömer/Rechtsanwaltskanzlei Klimaanwälte*innen*

GRÜN, GRÜN, GRÜN SIND ALLE MEINE KLEIDER: Marketing für Unternehmen, die es ernst meinen.
NUR DIE, DIE MISSTRAUEN, BRAUCHEN NORMEN ZUM SEIN. Kommentar Gabriele Faber-Wiener
NOCH SIND WIR VERDRÄNGUNGSKÜNSTLER*INNEN. Kommentar Hans Holzinger
NACHHALTIGE GESTALTER*INNEN 2022: Neue Spielregeln & innovative Kooperationen.

Herzlichen Glückwunsch den GREEN BRANDS Austria 2022!

Katharina Rogenhofer

Ihre Vorsorge im grünen Bereich.

Bio, das weiter geht.

WIR MÜSSEN ES SCHAFFEN

Liebe Leserin, lieber Leser!

Genau zu Redaktionsschluss, Mitte November, findet die alljährliche Klimakonferenz aller Staaten statt – diesmal in Sharm El Sheikh in Ägypten. Ein Ort, der auch für den Massentourismus mit seinen negativen Auswirkungen auf Umwelt und Menschen steht. Irgendwie anachronistisch und gleichzeitig auch ein Bild der bitteren Realität. Wir sind viel zu langsam unterwegs, um das 1,5-Grad-Ziel zu erreichen. Die Emissionen steigen weltweit noch immer, dabei müssten sie ab 2025 bereits deutlich sinken. Bis 2030 müssen wir in Österreich rund die Hälfte unserer Emissionen einsparen (im Vergleich zu 2005). Trotz der hohen Dringlichkeit werden keine Meilensteine am Weg zur Klimaneutralität von der Konferenz gesetzt werden. Als Erfolg wird bereits gewertet, dass ein Punkt – Entschädigungen an ärmere Staaten – auf der Agenda steht.

Auch wenn die aktuellen Krisenszenarien derzeit manches überschatten, wir dürften trotzdem in der gemeinsamen Anstrengung nicht nachlassen, meint die BKS-Chefin Herta Stockbauer, Nachhaltige Gestalterin 2022, und sie zeigt sich zuversichtlich: „Die SDGs sind bei Ländern und Unternehmen auf einen so fruchtbaren Boden gefallen, wie keine UN-Entwicklungsziele zuvor. Dementsprechend zeigen die bisherigen Fortschritte, dass gemeinsam wirklich etwas erreicht kann, wenn das Feuer nur entsprechend brennt." Ähnlich sehen das auch die anderen Nachhaltigen Gestalter*innen 2022. Die Zahlen und Trends seien nicht ermutigend, aber es werde trotzdem gelingen. Und zwar, weil wir es einfach schaffen müssen, um katastrophale Auswirkungen für unsere Kinder zu verhindern. Das klingt zwar nach Zweckoptimismus, motiviert engagierte Menschen aber trotzdem, im eigenen Bereich entscheidende Schritte zu setzen. Nehmen Sie diesen Spirit mit, lassen Sie sich von den Nachhaltigen Gestalter*innen anstecken und inspirieren. Und machen Sie einen Plan, wie Sie Ihre 50 Prozent CO_2-Reduktion bis 2030 erreichen!

Herzliche Grüße
Roswitha M. Reisinger ■
redaktion@businessart.at

PS: Und wenn Sie noch ein Weihnachtsgeschenk suchen: Wie wäre es mit einem LEBENSART- & BUSINESSART-Abo? Sie schenken Tipps für ein zukunftsfähiges Leben und Wirtschaften und unterstützen auch die Information über Nachhaltigkeit! lebensart-verlag.at/abo

Fotos: Michael Zabel; Mika Baumeister

GEMEINSAM DIE ENERGIEWENDE MEISTERN

Energiegemeinschaften sind ein Meilenstein in der österreichischen Energiewirtschaft. Jetzt ist es erstmals möglich, dass sich Unternehmen mit Privaten, Schulen, Organisationen, Vereine und Gemeinden in einer Region zusammentun und gemeinsam Energie produzieren, speichern, verbrauchen und verkaufen und dabei das öffentliche Netz nutzen.

Ollersdorf im Burgenland. Schon bisher hat die Gemeinde den Ausbau der Photovoltaik vorangetrieben, nun möchte man auch die Vorteile einer Energiegemeinschaft nutzen. Neben der Vernetzung bestehender Anlagen will man Investitionen in neue erneuerbare Energieanlagen unterstützen. Die Energiegemeinschaft ist als Genossenschaft gegründet und steht Unternehmen, der Gemeinde und Privatpersonen offen.

Schnifis in Vorarlberg. Die Sennerei und deren Photovoltaik-Dachanlage sind ein wichtiger Partner in der örtlichen Energiegemeinschaft. Mittlerweile wird auch die Molke gemeinsam mit Gülle aus der Landwirtschaft in einer Biogasanlage in Strom verwandelt. Darüber hinaus machen alle gemeindeeigenen Gebäude, einige weitere Wirtschaftsbetriebe und 30 private Haushalte bei der Energiegemeinschaft mit.

Das sind nur zwei Beispiele von Energiegemeinschaften, die sich derzeit überall in Österreich bilden. Alle können sich damit an der Energiewende beteiligen, dezentrale Energiesysteme werden ausgebaut, die Wertschöpfung bleibt in der Region. Energiegemeinschaften sind immer als Vereine, Genossenschaften, Personen- oder Kapitalgesellschaften oder ähnliche Vereinigungen mit Rechtspersönlichkeit organisiert. Bei der Gründung helfen die Energieberatungsstellen der Bundesländer.

Unterschieden wird zwischen Erneuerbare-Energie-Gemeinschaften (EEG) und Bürgerenergiegemeinschaften (BEG). An einer EEG dürfen nur kleine und mittlere Unternehmen (KMU's) gemeinsam mit Partnern aus der Region teilnehmen. Es ist auch möglich, dass zwei oder mehrere benachbarte KMU's eine EEG gründen.

Der Zusammenschluss zu einer EEG bringt finanzielle Vorteile. Die Gemeinschaft verwertet den Überschussstrom, der nicht direkt vom Anlagenbetreiber genutzt wird. Damit werden zuerst die Partner in der Gemeinschaft bedient, der Rest wird vermarktet. Der finanzielle Vorteil liegt vor allem beim Wegfall des Erneuerbaren Förderbeitrags und der Elektrizitätsabgabe sowie bei einer deutlich reduzierten Netzgebühr. Eine Energiegemeinschaft darf jedoch nicht gewinnorientiert sein. Allfällige finanzielle Überschüsse sollen vordergründig in den Aus- und Zubau erneuerbarer Energieanlagen reinvestiert werden. Der Gedanke der regionalen Selbstversorgung und der erweiterten Unabhängigkeit steht im Vordergrund. Großunternehmen können sich nicht an EEG's beteiligen, für sie gibt es die Möglichkeit, eine BEG zu gründen oder sich an einer solchen anzuschließen. Darin dürfen sie jedoch keine Kontrolle ausüben. Diese ist natürlichen Personen, Gebietskörperschaften und kleinen Unternehmen vorbehalten.

Wäre das auch etwas für Sie?
Dann kontaktieren Sie Ihre regionale Energieberatungsstelle.

Zur Unterstützung von Energiegemeinschaften hat das Klimaschutzministerium (BMK) den Klima- und Energiefonds mit dem Aufbau der ***„Österreichischen Koordinationsstelle für Energiegemeinschaften"*** betraut.

Alle weiteren Infos finden Sie auf www.energiegemeinschaften.gv.at.

Tipps zum Energiesparen finden Sie auf www.mission11.at

Entgeltliche Einschaltung *Illustration: Klima- und Energiefonds*

//Inhalt

06 **HABEN SIE EINEN PLAN?**
WIE SIE NACHHALTIGKEIT SYSTEMATISCH MANAGEN.

12 **IST IHR KMU TAXONOMIEKONFORM?**
DER ESG DATA HUB IM PRAXISTEST.

13 **WAS LEISTEN REGELWERKE?**
EIN RASCHER ÜBERBLICK.

14 **NUR DIE, DIE MISSTRAUEN, BRAUCHEN NORMEN ZUM SEIN.**
KOMMENTAR GABRIELE FABER-WIENER

16 **GRÜN, GRÜN, GRÜN SIND ALLE MEINE KLEIDER**
MARKETING FÜR UNTERNEHMEN, DIE ES ERNST MEINEN.

22 **NACHHALTIGE GESTALTER*INNEN ÖSTERREICHS 2022**
NEUE SPIELREGELN & INNOVATIVE KOOPERATIONEN.

33 **NOCH SIND WIR VERDRÄNGUNGSKÜNSTLER*INNEN**
KOMMENTAR HANS HOLZINGER

34 **KURZMELDUNGEN**

IMPRESSUM
Herausgeberin und Chefredakteurin BUSINESSART: Roswitha M. Reisinger, MBA; redaktion@businessart.at, ***Mitarbeit an dieser Ausgabe:*** Christian Brandstätter, Gabriele Faber-Wiener, Hans Holzinger, Sandra Lobnig, Mario Offenhuber, Michaela Reisinger, Rita Starkl. ***Anzeigen:*** Christian Brandstätter; ***Gestaltung/Produktion:*** LIGA: graphic design; ***Lektorat:*** Cornelia Kühhas; ***Geschäftsführung:*** Christian Brandstätter; ***Aboservice:*** Sylvia Resel; ***Druck:*** Druckerei Janetschek GmbH, Brunfeldstraße 2, 3860 Heidenreichstein. Gedruckt nach den Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens, UW-Nr. 637. Die beim Druck anfallenden CO_2-Emissionen werden durch Humusaufbau im Boden gebunden. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen. Das BUSINESSART-Redaktionsbüro bezieht seine Energie aus Ökostrom. ISSN 2307-4744.

Cover: Illustration: Tom Mackinger; Foto: Mitja Kobal/greenpeace

gedruckt nach den Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens, Druckerei Janetschek GmbH · UW-Nr. 637

klimaneutral DURCH HUMUSAUFBAU
Geprüft vom Verband Druck & Medientechnik

HABEN SIE EINEN PLAN?

WIE SIE NACHHALTIGKEIT SYSTEMATISCH MANAGEN

Die geplante Ablöse der Non-Financial Reporting Directive (NFRD) durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) erweitert den Adressatenkreis jener Unternehmen, die verpflichtet sind, einen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen. Wer das bislang nicht getan hat, wird für die Erhebung und das Monitoring der Kennzahlen ein Managementsystem aufsetzen müssen.

RITA STARKL UND MARIO OFFENHUBER

Durch den Einsatz eines Umweltmanagementsystems kann man ein Unternehmen durch eine andere Brille betrachten.

WERNER KÖSSLER | SUSTAINABILITY EXPERTE

Das ist weniger komplex, als es auf den ersten Blick erscheinen mag, meint Sustainability Consultant Werner Kössler. Wichtig zu verstehen ist, dass „im Mittelpunkt eines Managementsystems die Entwicklung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses steht." Dieser soll die für ein Unternehmen wesentlichen ESG-Themen identifizieren und fortlaufend optimieren. Jährlich sind Ziele zu definieren und über deren Erreichung zu berichten.
Zwei der in diesem Zusammenhang am häufigsten angeführten Systeme sind EMAS (Eco Management and Audit Scheme) und ISO 14001. Letzteres ist Mitglied einer ganzen „Normfamilie", die vom Schweizer Verein „Internationale Organisation für Normung" (ISO) herausgegeben wird. ISO-Normen sind dann von Vorteil, wenn ein Unternehmen den Fokus auf die internen Abläufe legt. ISO 14001 ist der weltweit akzeptierte Standard für Umweltmanagementsysteme und die Norm kann für Organisationen jeder Größe und Branche herangezogen werden. Weltweit sind ca. 300.000 Unternehmen nach ISO 14001 zertifiziert.

EIN BUNTER STRAUSS AN OPTIONEN

Für mehr Transparenz, vor allem nach außen hin, soll EMAS, das Gütesiegel der EU, sorgen. EMAS bezeichnet sich selbst als das weltweit anspruchsvollste System für Umweltmanagement und Umweltleistung. Es beinhaltet einen konsequenten Stakeholder-Ansatz, eine Ausrichtung aller Prozesse auf Nachhaltigkeitsaspekte und eine gesetzlich geregelte, prüfbare Nachhaltigkeitsberichterstattung. EMAS inkludiert die Inhalte von ISO 14001. Mit einer EMAS-Registrierungsurkunde wird daher auch eine Erfüllung der ISO 14001 bestätigt.

Zusätzlich müssen die jährliche Veröffentlichung einer Umwelterklärung und die Validierung des Managementsystems durch eine*n eigene*n Gutachter*in erfüllt werden. Der Aufbau und die Implementierung des Systems benötigen von der ersten Ist-Aufnahme bis zur externen Prüfung etwa ein Jahr.

„Zu Beginn ist die Einführung eines Datenerfassungssystems notwendig", erklärt Iris Kempter von viadonau, wo EMAS bereits vor Jahren implementiert wurde. Sie ist die dortige IMS-Beauftragte, wobei IMS für „Integriertes Managementsystem" steht und die Kombination der Themen Umwelt, Arbeitssicherheit und Gesundheit meint. „Diese Implementierung", so Kempter, „ist schon ein gewisser Aufwand, aber man profitiert enorm, weil man dadurch einen sehr guten Überblick über das gesamte Unternehmen erhält."

viadonau wurde für die beste EMAS-Umwelterklärung ausgezeichnet.
V.l.n.r.: Annette Schmidt-Räntsch vom deutschen Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz, Iris Kempter und Nina Persch, viadonau, Andreas Tschulik vom österreichischen Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie.

viadonau ist auch nach ISO 14001 zertifiziert, EMAS wurde zusätzlich gewählt, weil das der europäische Standard und EU-weit anerkannt ist. „Wir wollten uns da schon nach oben orientieren", so Iris Kempter. Der Zusatzaufwand im Vergleich zur ISO-Norm ist ihrer Ansicht nach nicht besonders groß. Werner Kössler ergänzt, dass EMAS im rechtlichen Bereich Vorteile bietet. Damit verschafft man sich Verfahrenserleichterungen hinsichtlich Gewerberecht und Meldepflichten. „Ansonsten würde ich den Stellenwert nicht wesentlich unterscheiden zwischen einer ISO 14001 und einer EMAS", meint

Fotos: Joel Peel; Kössler; F. Kermann/emas.de

Man muss sich kontinuierlich mit allen umweltrelevanten Aspekten des Unternehmens beschäftigten. Das trägt dazu bei, dass man einen sehr guten Überblick über das Unternehmen erhält.

IRIS KEMPTER

Werner Kössler. Berücksichtigen muss man allerdings den Standard in der jeweiligen Branche. Wenn etwa EMAS in einem Segment „zum guten Ton gehört", dann sollte man das nicht ignorieren. EMAS ist ebenso für alle Branchen und Betriebsgrößen offen und weltweit anwendbar.

Neben der ISO 14001 gibt es eine weitere Norm der Internationalen Organisation für Normung, die im Rahmen des betrieblichen Umweltmanagements relevant ist. Die ISO 26000 (Guidance on Social Responsibility) stellt einen Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit in Unternehmen dar.

Mit der SA 8000 hat die US-NGO „Social Accountability International" (SAI) eine Norm für den Sozialstandard von Arbeitsbedingungen geschaffen, bei der der Fokus auf Lieferketten liegt. Ebenfalls aus den USA kommt das Zertifikat „B Corp". Die Non-Profit-Organisation „B Lab" zertifiziert damit Unternehmen und Organisationen, die neben der Umwelt- und Sozialverträglichkeit auch ökonomische Verantwortung übernehmen. „Hier werden neben den Umwelt- und Sozialaspekten auch wirtschaftliche Themen aus absoluter Nachhaltigkeitssicht adressiert und verlangt", so Werner Kössler. Das bedeutet, dass die Interessen und Bedürfnisse der Stakeholder, die von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sind, Vorrang vor Gewinnmaximierung um jeden Preis haben. Aus Österreich stammt eccos[22], ein Gütesiegel für Nachhaltigkeit und Business Excellence. Es fußt unter anderem auf ISO 26000, ISO 14001 und SA 8000.

Grundsätzlich als Managementsystem anwendbar ist auch die Gemeinwohlbilanz nach dem Wirtschaftsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie. Dieses spannt allerdings einen weiteren Bogen in dessen Zentrum der ethisch korrekte Umgang mit Menschen und der Umwelt steht. „Grundsatz der Bewegung ist die eigene Haltung und Umsetzung als Voraussetzung für die Ansprüche an andere", sagt Manfred Blachfellner, der Koordinator der Tiroler Zweigstelle des Vereins zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie.

Er betont, dass sie zwar bei der Berichtslegung dienlich ist, aber über ein reines Berichtssystem hinausgeht. „Der Hauptvorteil liegt sicher darin, dass hier keine lästige Pflicht erfüllt werden muss, sondern dass klare Ergebnisse konkreter Entwicklung vorliegen." Im Zuge der Auseinandersetzung mit Themen wie Menschenwürde und Nachhaltigkeit und unter Berücksichtigung der internen und externen Stakeholder wird eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt. Diese wird laufend an die EU-Richtlinien und Verordnungen angepasst und ist somit mit den Berichtspflichten der CSRD kompatibel.

WOFÜR SOLL MAN SICH ENTSCHEIDEN?

Angesprochen darauf, ob es Managementsysteme gibt, die zu bevorzugen sind, hat Werner Kössler eine klare Einstellung: „Das Wesentliche ist für mich eher der Fokus nach innen, dass man solide Prozesse aufgesetzt hat, die auditiert werden." Diesen Zweck erfüllen alle erwähnten Systeme. Er betont weiter, dass zwar prinzipiell jedes Unternehmen jedes System nutzen kann, aber EMAS und eccos[22] einer gewissen Vorarbeit bedürfen. Diese sollten erst bei höherem Reifegrad des Unternehmens zur Anwendung kommen.

Pluspunkte für EMAS und ISO 14001 sind deren internationale Akzeptanz und starke Verbreitung. Bei ISO 14001 kommt hinzu, dass sie gut mit anderen ISO-Normen kombinierbar ist. Die SA 8000 ist ebenfalls international anerkannt, wobei sie für manche Branchen von größerem Interesse ist als für andere. Dieses Managementsystem eignet sich vor allem für jene Unternehmen, die soziale Aspekte auf Grund ihrer Lieferketten ins Zentrum stellen. Als Beispiele wären die Bekleidungs- oder Lebensmittelindustrie zu nennen.

Laut Werner Kössler fristet die ISO 26000 ein „Schattendasein", da sie nicht zertifizierbar ist und nur als Leitfaden dient. eccos[22] bewertet der

Foto: Helena Yankovska

Experte als noch „relativ unbekannt" und auch die Gemeinwohl-Ökonomie schätzt er als nicht weit verbreitet ein.

Den „schwarzen Gürtel" unter den Managementsystemen verleiht er B Corp. International anerkannt und mit hohem Prestige verbunden, zählt es zu den hochwertigsten Zertifizierungen. Verbunden ist diese allerdings mit einem hohen Aufwand und einer noch geringen Verbreitung. B Corp zertifiziert sind u.a. Weleda, Danone Waters oder Ecosia.

DAS UNTERNEHMEN DURCH EINE ANDERE BRILLE SEHEN

Ganz wesentlich zu erwähnen ist, dass diese Managementsysteme nicht nur Kennzahlen liefern und einen gegebenen gesetzlichen Rahmen erfüllen, sondern darüber hinaus noch mehr leisten. Sie helfen den Unternehmen, das Managen des Betriebes in einer strukturierten Art und Weise zu unterstützen. „Man muss sich kontinuierlich mit allen umweltrelevanten Aspekten des Unternehmens beschäftigten", sagt Iris Kempter. „Das trägt dazu bei, dass man einen sehr guten Überblick über das Unternehmen erhält." Man erkennt Verbesserungspotenziale auch über klassische ESG-Themen hinaus.

Was auf den ersten Blick nach purem Reporting aussieht, hat eine starke bewusstseinsbildende Komponente. Das bestätigen sowohl Kempter als auch Kössler. Wer sein Engagement nach innen und außen kommuniziert, bindet Mitarbeiter*innen sowie Kund*innen, stärkt sein Image, schafft Vertrauen und stellt die Organisation zukunftssicher auf.

„Ich mache mir vielleicht mehr Gedanken. Wie geht es meinen Mitarbeitern? Wie schauen meine Unfallzahlen oder meine Fluktuation aus? Das heißt, ich betrachte mein Unternehmen durch eine andere Brille", lautet Kösslers Einschätzung. Iris Kempter betont außerdem die Wichtigkeit für die Außenwirkung. Man wird als verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen, was vor allem auch im Employer Branding große Bedeutung hat.

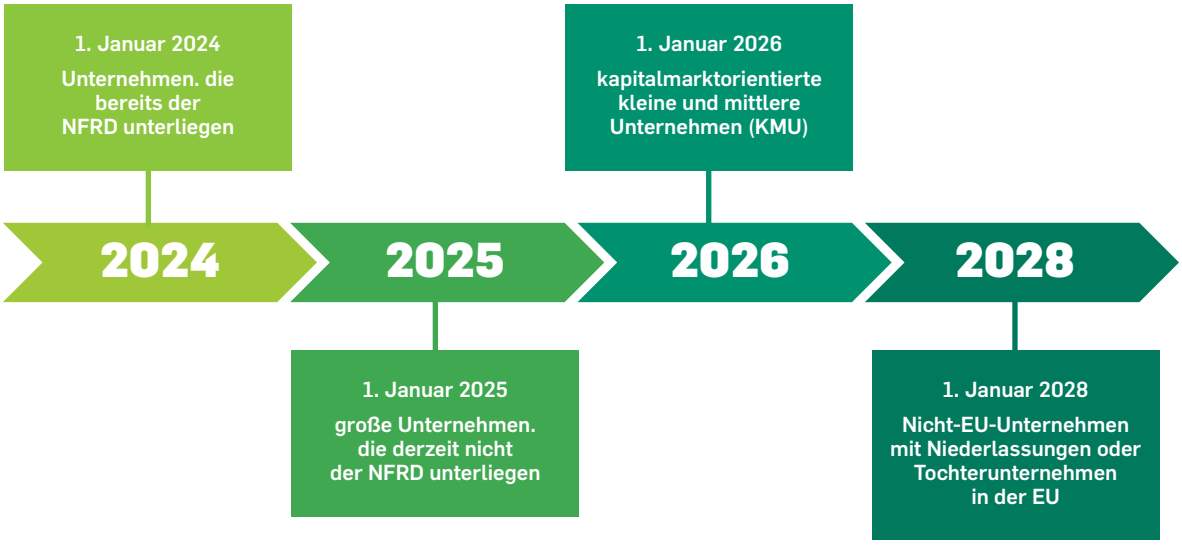
Mit einem Managementsystem sind durchaus auch Potenziale zu heben, die sich in konkreten Einsparungen manifestieren. Diese können sich vom Energieverbrauch über Ressourcenschonung und Müllvermeidung bis hin zur psychischen Gesundheit der Mitarbeiter*innen erstrecken. „Der Nutzen überwiegt eindeutig", betont Iris Kempter.

NICHT NUR DAS GESETZ VERPFLICHTET

Wer zum Start der CSRD-Richtlinie im Geschäftsjahr 2024 optimal vorbereitet sein möchte, sollte schon bald starten. Denn es dauert in etwa ein Jahr, bis die Maschine ESG-Managementsystem rund läuft. Ganz wichtig zu bedenken ist außerdem, dass für alle Unternehmen zukünftig eine indirekte Verpflichtung nicht auszuschließen ist. Das heißt, auch wenn man von der CSRD eigentlich nicht erfasst wäre, besteht die Möglichkeit, dass der Markt eine entsprechende Zertifizierung erwartet oder dass Banken für die Vergabe von Krediten einen Nachhaltigkeitsbericht einfordern oder dass man aufgrund des Lieferkettengesetzes seinen Handelspartnern gegenüber Kennzahlen offenlegen muss. Damit ist klar: Nachhaltigkeitsberichterstattung und Nachhaltigkeitsmanagement sind definitiv keine Zusatzleistungen jener Unternehmen, die sich das einfach leisten möchten. Es wird zur Grundausstattung eines gut geführten Betriebs gehören. ■

TIMELINE ZUR CSRD

Die Berichterstattung erfolgt auf Grundlage der Daten des Geschäftsjahres im darauffolgenden Jahr. Demnach muss also der Bericht für 2024 im Jahr 2025 abgegeben werden. Quellen: Quality Austria, Deloitte



CSRD, NFDR & ESRS

Von der Non-Financial Reporting Directive (NFRD) sind börsennotierte Unternehmen, Banken und Versicherungsgesellschaften betroffen, die mehr als 500 Mitarbeiter*innen zählen. In Österreich war die EU-Richtlinie der Grundstein für das im selben Jahr eingeführte Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG).
Im Juni 2022 haben sich der Europäische Rat und das Parlament auf einen Entwurf für die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) geeinigt. Nach dem Beschluss auf EU-Ebene muss innerhalb von 18 Monaten eine Umsetzung in nationales Recht stattfinden.

Inhaltlich sorgen die ESRS (European Sustainability Reporting Standards) für die Maßstäbe der Berichterstattung. Offenzulegen sind Informationen zu folgenden Kategorien:

- Umweltfragen
- soziale Angelegenheiten und Behandlung von Arbeitnehmer*innen
- Achtung der Menschenrechte
- Bekämpfung von Korruption und Bestechung
- Diversität in Unternehmensvorständen (in Bezug auf Alter, Geschlecht, Bildungs- und Berufshintergrund)

Jede Kategorie ist zusätzlich in Unterkategorien aufgeteilt. Im Bereich Umweltfragen wären das Klimawandel, Verwendung natürlicher Ressourcen, Umweltverschmutzung, Müll, Biodiversität und Schutz von Ökosystemen.

Die CSRD unterscheidet sich von der NFRD in einigen wesentlichen Punkten:

- Neu ist die Pflicht der Prüfung durch externe Dritte auf inhaltlicher Ebene.
- Die Berichtspflicht wird auf alle Großunternehmen ausgeweitet, und zwar unabhängig davon, ob diese börsennotiert sind. Der Schwellenwert der Mitarbeiter*innen wird im Vergleich zur NFRD halbiert und liegt bei 250.
- Zum Tragen kommt bei der Berichterstellung das Prinzip der doppelten Wesentlichkeit. Dieses besagt, dass sowohl die Outside-in-Perspektive (Einflüsse der Nachhaltigkeitsaspekte auf Geschäftstätigkeiten) als auch die Inside-out-Perspektive (Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf Gesellschaft und Umwelt) berücksichtigt werden müssen, und zwar unabhängig voneinander. Bisher mussten nach dem Wesentlichkeitsprinzip beide Aspekte gleichzeitig zum Tragen kommen, um im Bericht Erwähnung finden zu müssen.

Foto: Marius Höfinger; iStock/???

ISABELLA STICKLER
OBFRAU DER
ALPENLAND WOHNBAUGENOSSENSCHAFT

WIRTSCHAFTLICHKEIT ALS UNTERNEHMENSZIEL IST ZU WENIG

Die gemeinnützige Wohnbaugenossenschaft Alpenland erstellt dieses Jahr erstmals eine Gemeinwohlbilanz. Das ist ungewöhnlich. BUSINESSART hat nachgefragt.

BUSINESSART: Wieso haben Sie sich für diesen Weg entschieden?

Isabella Stickler, Obfrau Alpenland: Die Krisen der letzten Jahre haben uns gezeigt, wo unsere Gesellschaft an ihre Grenzen stößt und einen Fokus auf die Bedürfnisse der Menschen, genauer gesagt der nächsten Generationen, gelegt. Es zeigt sich ganz klar, dass Wirtschaftlichkeit als Unternehmensziel in Zukunft zu wenig ist. Daher hat sich vor rund 18 Monaten unser Führungsteam bewusst Zeit genommen und sich der zukunftsgerechten Ausrichtung unserer Genossenschaft in Hinblick auf Gemeinwohl beschäftigt.

Sie haben eine eigene Stabstelle geschaffen, die die Umsetzung der Gemeinwohl-Werte und -ziele koordiniert und organisiert.

Wir wissen, dass wir am Anfang einer strategischen Neuausrichtung des Unternehmens stehen und dass dieser begonnene Prozess in den nächsten Jahren immer mehr und mehr in das Denken und Handel unserer gesamten Tätigkeit miteinfließen wird. Manches lässt sich schnell anpassen, andere Bereiche benötigen eine längere Umsetzungszeit.

Was hat die Einführung der Gemeinwohlökonomie Ihrem Unternehmen gebracht?

Durch intensive Gespräche mit Mitarbeitern und Geschäftspartnern wurde erhöhtes Bewusstsein geschaffen und eine Sensibilisierung für die Werte Menschenwürde, Solidarität, ökologische Verantwortung, soziale Gerechtigkeit sowie demokratische Mitbestimmung und Transparenz erreicht. Dadurch stärken wir unsere Rolle als Arbeit- und Auftraggeber und nehmen in der Gemeinnützigen Wohnungswirtschaft eine Vorreiterrolle ein.

Ihr Ziel ist die Kreislaufwirtschaft.

Die Reduktion von Energie- und Ressourcenbedarf, die Reduktion der Instandhaltungskosten und die Betrachtung der Immobilie im Lebenszyklus wird immer wichtiger.

Was empfehlen Sie anderen Unternehmen?

Jedes gesunde Unternehmen muss sich über kurz oder lang der sozialen Verantwortung „ethische Wirtschaft" stellen. Nehmen Sie diese Verantwortung wahr, tauschen Sie sich mit anderen Unternehmen aus! Gemeinsam können wir einen Beitrag leisten, der Veränderung bringt. Wirtschaftlichkeit ist die Basis, Gemeinwohl die Zukunft! ■

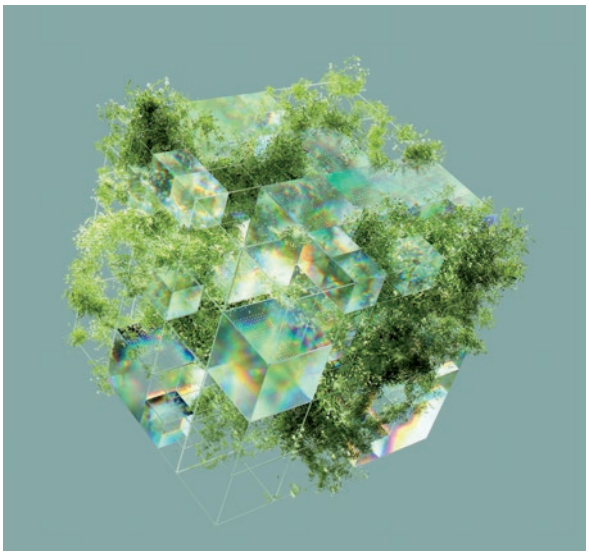
TIPP

eco plus NÖ unterstützt Unternehmen auch 2023 wieder bei der Erstellung einer Gemeinwohlbilanz.
https://www.ecoplus.at/newsroom/coaching-projekt-gemeinsam-zur-gemeinwohl-bilanz-gestartet

Ist ihr KMU taxonomiekonform?

DER ESG DATA HUB IM PRAXISTEST.

ROSWITHA M. REISINGER



Die Taxonomie ist eine von vielen EU-Richtlinien, die derzeit auf Unternehmen einprasseln. Investitionen, auch von Unternehmen, sollen in nachhaltige Projekte fließen, um das Ziel der CO_2-Neutralität bis 2050 zu erreichen. Banken müssen die ESG-Kriterien bei der Vergabe von Krediten anlegen, Unternehmen darüber hinaus über ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit berichten. Verpflichtend ist das für große Unternehmen, ab 2026 auch für börsennotierte KMU. Über die Lieferkette werden die relevanten Kennzahlen bald auch von allen anderen Unternehmen gefordert werden. KMU tun gut daran, sich bereits jetzt um verlässliche ESG-Daten zu kümmern und dies auch als Chance für die Transformation zu nutzen.

WELCHE DATEN BRAUCHEN KMU?

Derzeit gibt es noch keinen einheitlichen Standard. Die Österreichische Kontrollbank (OeKB) hat daher gemeinsam mit österreichischen Kreditinstituten einen Fragebogen entwickelt, den KMU, aber auch Großunternehmen, einfach ausfüllen können. Zu finden sind die Fragen am sogenannten ESG Data Hub, einer Online-Plattform, auf der ein Austausch von verlässlichen ESG-Daten zwischen Unternehmen und Banken möglich ist. Das Angebot ist für Unternehmen kostenlos.

KMU finden dort 81 Fragen, darunter viele, die aus dem Stand heraus beantwortbar sind, wie finanzielle Kennzahlen, ESG Ratings, Managementsysteme oder HR-Kennzahlen. Die CSR-Berater*innen sollten bei der Beurteilung des taxonomiekonformen Umsatzes helfen können, und auch bei Fragen rund um Treibhausgasemissionen. Wissen Sie schon, wann Ihr Unternehmen CO_2-neutral sein wird? Haben Sie einen Plan, wie Sie das Ziel erreichen? Wann sind welche Investitionen notwendig? Das sollten Sie nicht nur für das eigene Unternehmen, sondern entlang Ihrer Lieferkette (Scope 1, 2, 3) beantworten können. Das Tool hilft jedenfalls, die relevanten Fragen zu stellen. Und Sie können sich auf den Weg machen, Antworten zu finden.

SO KOMMEN SIE ZUM TOOL

Der erste Schritt ist die Registrierung über die Website www.oekb-esgdatahub.com/. Danach werden Sie von der OeKB freigeschalten – bei mir dauerte es keine halbe Stunde –, erhalten einen Link mit Zugangsdaten und legen Ihr Passwort fest. Und schon kann es losgehen.

Praktisch: Sie können die Bearbeitung jederzeit unterbrechen und später weitermachen. Einziger Wermutstropfen: Derzeit ist der Fragebogen noch nicht als Download verfügbar, dies ist aber für die nahe Zukunft geplant.

DATENSCHUTZ & ZUGRIFFSBERECHTIGUNGEN

Welche Fragen beantwortet werden, liegt ganz bei Ihnen – es gibt bei jeder Frage die Möglichkeit, „Frage nicht beantworten" anzuklicken. Auch welche Banken die Rohdaten einsehen können, entscheiden Sie mit einem einfachen Klick.

FAZIT

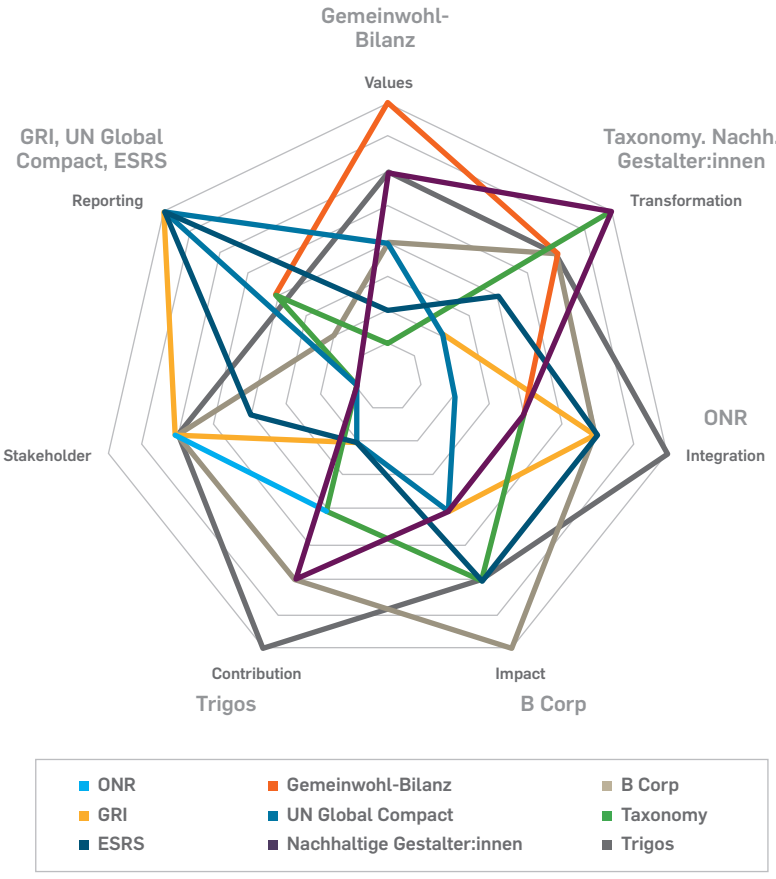
Ein tolles Tool, nicht nur für die Kommunikation zwischen Bank und Unternehmen, wenn ein Kredit beantragt werden soll. Es hilft KMU auch, sich den wesentlichen Fragen zu stellen und fit für die Anforderungen der Kund*innen zu sein. ■

Foto: deepmind

WAS LEISTEN REGELWERKE? EINE RASCHER ÜBERBLICK.

UN Global Compact, EMAS, TRIGOS und andere mehr: An zwei Händen lassen sich Richtlinien, Managementsysteme und Awards schon lange nicht mehr abzählen. Aber was leisten sie? Wo liegt ihr Fokus? Antworten auf diese Fragen hat das Team rund um Nachhaltigkeitsberater Leo Hauska im Rahmen des Projektes mitwirken.at gesucht. Unzählige Regelwerke wurden analysiert und daraus drei Bewertungsbereiche – Values, Transformation, Implementation – destilliert. Letzterer unterteilt sich noch in die fünf Themen Integration von CSR in das Unternehmen, Impact – die Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt, Contribution – der positive Beitrag für die Gesellschaft, Stakeholder-Einbindung und Reporting. Auf dieser Basis wurden ausgewählte Regelwerke nach ihrem Fokus analysiert. Die Ergebnisse sehen Sie in der Grafik.

*Leo Hauska: „Gemeinsam mit den Vertreter*innen der Regelwerke wollen wir die Nachhaltigkeit von Unternehmen besser vergleichbar machen. Ende 2023 soll ein erster Prototyp dieser Plattform online gehen." www.mitwirken.at*



NUR DIE, DIE MISSTRAUEN, BRAUCHEN NORMEN ZUM SEIN.

Dieser Satz von Konstantin Wecker trifft es auf den Punkt: Wir stecken in einer Vertrauenskrise. Gleichzeitig erleben wir einen Regel-Wahn: Unternehmen ersticken in Normen, Vorgaben, Zertifizierungen. Vor allem der Green Deal der EU hat eine wahre Lawine an Regulierungen geschaffen, deren Geschwindigkeit immer mehr zunimmt. Gut so, könnte man sagen, denn Normen schaffen Vergleichbarkeit, Unternehmen werden dadurch transparent und nachhaltig. Doch ist das wirklich so?

KOMMENTAR VON GABRIELE FABER-WIENER

Gabriele Faber-Wiener ist CSR- und Kommunikationsexpertin, lehrt an Universitäten und berät Unternehmen. www.responsible-management.at.

DAZU MUSS MAN SICH ZUERST MIT DEM WARUM BESCHÄFTIGEN.

Nachhaltigkeit und CSR werden heute eingefordert – von der Gesellschaft und der Politik. Man kann heutzutage nicht nicht nachhaltig sein – um Paul Watzlawick zu adaptieren. Das heißt: Wir haben nicht mehr nur Unternehmen, die von vornherein auf wertebasiertes Wirtschaften setzen, weil sie es für richtig halten. Es gibt immer mehr, die auf diesen Zug aufspringen, weil sie müssen. Und rundherum ist eine wahre Industrie entstanden, die von dieser Entwicklung lebt: Unternehmensberatung. Audits. Rating-Agenturen. Gütesiegel. Awards. Medien.

Damit ist Compliance, also die Befolgung von Regeln im Unternehmenskontext, zu einer zentralen Management-Funktion geworden, von der viele profitieren. Ein System im System sozusagen. Das hat seine Limits. Denn Normensysteme – so wichtig sie für das Funktionieren von großen Organisationen sein mögen – bewegen sich immer auf der Prozessebene. Die Haltung dahinter ist davon oft unbenommen. So gibt es Atomkraftwerke, die EMAS-zertifiziert sind – immerhin das EU-Umweltmanagement-System Nummer eins. Das bedeutet: Bei Compliance geht es primär um das Befolgen von Regeln. Und nicht um Reflexion, Hinterfragen oder Nachdenken.

Ein Beispiel: Einer der wertvollsten Standards, der auch stark auf Reflexion setzt, ist der GRI-Standard für Nachhaltigkeitsberichte. Er verlangt die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Auswirkungen des Unternehmens und das Involvement von Stakeholdern. Soviel zum Anspruch. Die Umsetzung: Anstelle der Analyse von Auswirkungen findet man allzu oft eine Beschreibung von (Wunsch-) Themen. Anstelle von Involvement, also echtem Dialog mit Stakeholdern, werden Fragebögen ausgeschickt, mit der Bitte, diese Wunschthemen zu reihen – definitiv weder Aufgabe noch Kompetenz von Stakeholdern. So wird ein ausgezeichneter Standard ausgehöhlt – ohne Nutzen, denn Scheinprozesse mit Stakeholdern, nur um die Norm zu erfüllen, bringen nichts.

Die Folge dieses Aktionismus, der auf Bewahrung und Kontrolle setzt: Vertrauensschwund für Unternehmen und deren Nachhaltigkeitsaktivitäten, selbst wenn diese umfangreich und ambitioniert sind.

WAS BEDEUTET DAS? WIE KOMMEN WIR DA RAUS?

Vorweg: Die EU ist sicherlich einer der wichtigsten Treiber für Nachhaltigkeit; die Grundintention von Taxonomie, Green Deal usw. ist richtig und wichtig. Doch es reicht nicht, die Normenlawine einfach abzuarbeiten. CSR in Zukunft heißt: Vorbild sein, soziale und ökologische Innovationen vorantreiben, weiterdenken.

Das ist nicht leicht – vor allem angesichts der derzeitigen Rahmenbedingungen. Die einzig richtige Antwort: 1. Nachdenken, WOZU wir das brauchen. 2. Auswählen der RICHTIGEN Normen. 3. Involvieren von anderen. Und am allerwichtigsten: Diesen Prozess als CHANCE sehen und nicht als Abarbeiten von Regeln. ■

Fotos: Denis Sebastian Tamas; Majas Photography

ecoplus.at/bio

Europäische Union Investitionen in Wachstum & Beschäftigung. Österreich.

GRÜN, GRÜN, GRÜN SIND ALLE MEINE KLEIDER

MARKETING FÜR UNTERNEHMEN, DIE ES ERNST MEINEN

Wenn sich ein Unternehmen ehrlich und langfristig um mehr Nachhaltigkeit bemüht, kann es das guten Gewissens nach außen kommunizieren. Auf schwammige Begriffe und Suggestivbilder sollte es dabei verzichten. **SANDRA LOBNIG**

Griechische Philosophen wie Sokrates und Platon, Jesus oder die Gebrüder Grimm wussten es, Marketingexpert*innen von heute wissen es auch: Eine gute Story bringt's. Sie packt, inspiriert und transportiert eine Botschaft. Was für konventionelles Marketing gilt, gilt für „Green Marketing" noch einmal mehr, sagt Reinhard Herok, wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lektor im Masterstudiengang Green Marketing der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg. Denn: „‚Grüne' Unternehmen haben oft keine riesengroßen Werbebudgets. Was sie deshalb brauchen, sind originelle, spannende Ideen im Marketing, gutes Storytelling zum Beispiel."

Ob großes oder kleines Budget: Am Thema Nachhaltigkeit kommt aktuell kaum ein Unternehmen vorbei. Viele springen auf diesen Zug – auch im Marketing – auf. „Im ‚Green Marketing' geht es darum, Unternehmen, die sich ehrlich um mehr Nachhaltigkeit bemühen, kommunikativ zu begleiten", sagt Herok. Die Formel dafür ist einfach: Tue Gutes und sprich darüber.

NAH AM KERNGESCHÄFT

Nicht jedes Unternehmen orientiert sich seit seiner Gründung ausdrücklich an hohen ökologischen und sozialen Standards, viele begeben sich erst im Laufe der Zeit auf grüne Pfade. Müssen sie warten, bis sie durch und durch vorbildlich sind, bevor sie in die Werbeoffensive gehen? Nein, sagt Herok. „Es ist völlig legitim, in einem Bereich damit zu starten, nachhaltiger zu agieren." Möglichkeiten böten sich viele. „Man kann sich ein Teilchen aus der gesamten Lieferkette rausnehmen und sich überlegen, wie man das nachhaltiger gestalten kann."

Fotos: istock/Eduard Harkonen; FH Wiener Neustadt

Eine gute Story bringt's. Sie packt, inspiriert und transportiert eine Botschaft. Was für konventionelles Marketing gilt, gilt für „Green Marketing" noch einmal mehr.

REINHARD HEROK | FH WIENER NEUSTADT CAMPUS WIESELBURG

Klassisch sei, bei der Produktion anzusetzen. Etwa ressourcenschonender zu produzieren oder Produkte langlebiger und reparierbar zu machen. Heroks Rat für alle, die ihr Unternehmen nachhaltiger machen und das durch geschicktes Marketing in die Welt hinaustragen möchten: Nah am Kerngeschäft bleiben. „Jedes zweite Unternehmen kümmert sich um Bienen. Das ist zwar nett, geht aber wenig an die Substanz. Mit Banken etwa haben Bienen nichts zu tun."

COMMITMENT AUF DER FÜHRUNGSEBENE

Bevor es eine große Marketingkampagne startet, setzt ein Unternehmen am besten einen Schritt nach dem anderen, sagt Reinhard Herok. „Als erstes muss es ganz oben, auf der Ebene der Geschäftsführung und der Eigentümer*innen, ein echtes Commitment dazu geben." Geht das Engagement lediglich von der mittleren Ebene aus, seien tiefgreifende Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit zum Scheitern verurteilt. „Ist die Führungsebene mit an Bord, holt man die Mitarbeiter*innen ins Boot, motiviert sie, lädt sie ein, ihre eigenen Ideen einzubringen." Schließlich geht es in die Bestandsaufnahme: In welchen Bereichen ist das Unternehmen bereits ‚grün'? Wo könnte man noch ansetzen? „Man analysiert und beginnt zu handeln. Und kommuniziert dann nach innen und nach außen. Das braucht Mut, aber: Den Mutigen gehört die Welt." Gabriele Faber-Wiener, CSR- und Kommunikationsexpertin, warnt, als Unternehmen mit diversen „grünen" Projekten in Aktionismus zu verfallen. Und dadurch von ernsteren Problemen ablenken zu wollen.

KEIN SELBSTZWECK

Wichtig sei immer, die Motive zu hinterfragen, warum man sich als Unternehmen sozialer oder ökologischer positionieren möchte. Nehmen die Verantwortlichen Corporate Social Responsibility (CSR) tatsächlich ernst oder geht es ihnen darum, sich öffentlichkeitswirksam ein grünes Image zu verleihen? „Die EU hat sehr klar definiert, was CSR ist: Die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft", sagt Faber-Wiener. Übernimmt ein Unternehmen diese Verantwortung, könne es das guten Gewissens kommunizieren. Green Marketing sei dann nicht Selbstzweck, sondern „ein Ausfluss der übernommenen Verantwortung." Daran, die eigenen Überzeugungen zu hinterfragen und gegebenenfalls zu verändern, käme ein Unternehmen nicht vorbei, betont auch Reinhard Herok. Ebenfalls wichtig für die Glaubwürdigkeit: Konsequenz und Langfristigkeit. „Sonst wird grünes Engagement als Marketingstrategie und im schlimmsten Fall als Greenwashing wahrgenommen." Der Schaden wäre größer als der Nutzen.

KONSUMENT*INNEN VERTRAGEN EHRLICHKEIT

Überhaupt: Transparenz spielt im Green Marketing eine große Rolle. „Man kann durchaus über Dinge reden, die weh tun und noch nicht so gut laufen, auch über Ziele, die man erst erreichen muss", sagt Herok. „Konsument*innen vertragen Ehrlichkeit." Merken Konsument*innen, dass sich ein Unternehmen auf den Weg gemacht hat, habe es bereits Sympathiepunkte gewonnen. Und motiviere zum Nachahmen. „Darum geht's ja unter anderem: Dass Menschen – Mitarbeiter*innen und Kund*innen – zum Nachdenken gebracht und ihrerseits zum Handeln inspiriert werden." Eine besondere Rolle im Green Marketing spielt deshalb das „Community Management". Die „Community" meint die Gemeinschaft von Stakeholdern, Kund*innen bzw. potentiellen Kund*innen, manchmal auch von NGOs, die mit dem Unternehmen im Austausch stehen, zum Beispiel über soziale Medien oder bei Veranstaltungen, zu denen das Unternehmen einlädt. „Unter-

Begriffe wie „natürlich“, „klimaschonend“ oder „umweltfreundlich“ sind schwammig und wenig aussagekräftig. ‘Fluffy language‘ sollte man vermeiden, ebenso Suggestivbilder wie Blumen, die aus dem Auspuff wachsen.

GABRIELE FABER-WIENER | CSR- UND KOMMUNIKATIONSEXPERTIN

nehmen denken innerhalb ihrer Community laut nach und laden diese ein, mitzudenken, wie sie grüner werden können. Dabei treten sie laufend mit Kundinnen und Kunden und möglichen Käufern in Kontakt", so Herok. In Kommunikationsbeziehungen zwischen Unternehmen stehen weniger einzelne Produkte, sondern eher die Unternehmen selbst mit Fakten und Zahlen zum Status-quo hinsichtlich ökologischer und sozialer Standards im Fokus.

SCHWAMMIGE BEGRIFFE VERMEIDEN

Auch wenn sich viele große Unternehmen in ihren Werbeoffensiven ihrer bedienen: Begriffe wie „natürlich", „klimaschonend" oder „umweltfreundlich" sind schwammig und wenig aussagekräftig. „'Fluffy language' sollte man vermeiden", sagt Gabriele Faber-Wiener, „ebenso Suggestivbilder wie Blumen, die aus dem Auspuff wachsen." Bilder von Kühen auf satten Wiesen, summenden Bienen oder spielenden Kindern im Wald alleine spiegeln Haltung oder Taten eines Unternehmens nicht wider. Viel besser sind konkrete Zahlen und Fakten, die das Engagement, die Erfolge, genauso wie Noch-Nicht-Erreichtes des Unternehmens belegen. Auch gut: Mit Expert*innen zusammenarbeiten und deren Wissen und Einschätzungen veröffentlichen. Eine gute Agentur für „grüne" Kommunikationsprozesse, sagt Gabriele Faber-Wiener, sollte weniger PR-Umsetzungsorgan sein, sondern eher Sparring Partner – eine Rolle, die sie selber sehr oft einnimmt. Sie sei ein kritisches Korrektiv, das dem Unternehmen einen Spiegel vorhält. „Jemand, der mit ganz vielen Fragen kommt und gemeinsam mit dem Unternehmen reflektiert." Lässt sich ein Unternehmen auf einen solchen Diskussionsprozess ein, komme das seiner Glaubwürdigkeit enorm zugute.

GRÜN, GRÜN, GRÜN SIND ALLE MEINE KLEIDER, WIRKLICH?

Um die Farbe geht es gar nicht. Ob ein Unternehmen Greenwashing betreibt, sich ungerechtfertigt eine weiße Weste überzieht oder zum Schönfärben neigt: Kommuniziert es nach außen, dass es seine soziale und ökologische Verantwortung ernst nimmt, aber keine oder unzureichende Maßnahmen dazu im Rahmen der Wertschöpfung setzt, täuscht es (potenzielle) Kund*innen. „Niemand tappt einfach so in eine Greenwashing-Falle – bei echtem Greenwashing ist immer Intention und ein Manipulationsgedanke dahinter." Das heißt, man will die Konsument*innen bewusst hinters Licht führen. Neben diesen beabsichtigten Manipulationsversuchen können aber natürlich Fehler in der Kommunikation passieren, die dann postwendend zu Greenwashing-Vorwürfen führen. „Wenn man jede Werbeaktion schon im Vorfeld hinterfragt und unter anderem mit einer dementsprechenden Checkliste prüft", sagt Faber-Wiener, „sieht man ganz genau, ob man in die Nähe von Greenwashing kommt oder nicht."

GÜTESIEGEL IM GREEN MARKETING: SINNVOLL ODER VERZICHTBAR?

Hand hoch, wer den Überblick behalten hat! Gar nicht so einfach bei den unzähligen Gütesiegeln, die von der Banane bis zum Kühlschrank mittlerweile Produkte quer durch alle Sparten zieren. Und genau hier liegt das Problem, sagt Martina Hörmer, Beraterin für „grüne" Markenbildung und ehemalige Geschäftsführerin von „Ja! Natürlich": „Es gibt einen derartigen Dschungel an Gütesiegeln. Für Kund*innen ist das total unübersichtlich." Weil der

Fotos: istock/janssenkruseproduction; Christian Husar; Ja Natürlich Gesunder Boden

Weil der Umgang mit den Siegeln nicht geregelt ist, können Unternehmen einfach welche erfinden. Der Glaubwürdigkeit dient das nicht. Dabei sind Gütesiegel eigentlich eine feine Sache.

MARTINA HÖRMER | BERATERIN FÜR „GRÜNE“ MARKENBILDUNG

Umgang mit den Siegeln nicht geregelt ist, können Unternehmen einfach welche erfinden. Welche Prüfkriterien sie mit einem Siegel verbinden, bleibt ihnen überlassen. Der Glaubwürdigkeit dient das nicht. Dabei sind Gütesiegel eigentlich eine feine Sache. Sie bieten Konsument*innen, die bestimmte Qualitätsansprüche haben, Orientierung beim Kauf eines Produkts. Und sie erlauben es Unternehmen, sich in Sachen Nachhaltigkeit auf dem Markt zu präsentieren. Will man sich als Unternehmen für ein bestimmtes Gütesiegel entscheiden, sollte man sich im Vorfeld einige Fragen stellen, empfiehlt Martina Hörmer: Wer steht hinter dem Siegel? Nach welchen Kriterien wird es vergeben? Wie wird kontrolliert?

Einen Überblick über Gütesiegel könne man sich beispielsweise auf den Webseiten der Arbeiterkammer oder von Global 2000 verschaffen, die die Siegel regelmäßig unter die Lupe nehmen. Hörmer: „Dort sieht man: Wieviel ist ein Siegel eigentlich wert?" Gut prüfen, ob ein Gütesiegel wirklich geeignet ist, die Anliegen eines Unternehmens zu kommunizieren, sei das Um und Auf. Sonst bestehe die Gefahr, dass es mehr schadet als nützt. „Zum Beispiel dann, wenn ein Siegel stark in die Kritik gerät." Wozu ein Gütesiegel auf keinen Fall dienen sollte: „Dass ein Unternehmen sich ‚grüner' ausgibt, als es tatsächlich ist. Von Greenwashing sollte man sich fernhalten." Auch wenn Gütesiegel im Green Marketing eine große Rolle spielen, gibt es Unternehmen, die auf sie verzichten. Das könne in manchen Fällen sinnvoll sein, sagt Hörmer: „Wenn eine Marke von vornherein als ‚grüne' Marke gegründet wurde und die Marke stärker für diese Standards steht als das Siegel, braucht sie keine Siegel." ■

HIER EINIGE DER PUNKTE, DIE UNTERNEHMEN VERMEIDEN SOLLTEN:

- **Clean product – dirty business:** Ein einziges „grünes" Produkt wird in den Marketingfokus gestellt, im Kernbusiness werden ökologische und soziale Standards eher hintangestellt.
- **Best-in-class-Prinzip:** Ein Unternehmen stellt sich in Sachen Nachhaltigkeit besser als die Konkurrenz dar und mag in Teilbereichen tatsächlich höhere soziale und ökologische Standards als andere haben. Das allein macht es aber insgesamt noch nicht nachhaltig.
- **Third-Party-Testimonials:** Ein Unternehmen positioniert sich mittels „glaubwürdiger" Dritter nachhaltiger als es ist.
- **Frontgroups gründen:** Heikle Themen werden ausgelagert, indem man eine Frontgroup gründet, die sich damit befasst. Das Kernbusiness bleibt aber unverändert.
- **Fake Labels:** Ein „Gütesiegel" – in der Optik und im Wording häufig angelehnt an etablierte Siegel –, das keinen unabhängigen Kontrollen unterliegt, wird erfunden.
- **„Ad Buster":** Ein Unternehmen gibt viel mehr Geld für die Bewerbung eines nachhaltigen Projekts aus als für das Projekt bzw. die Maßnahme selber.
- **CO_2-Offsetting:** Der eigene CO_2-Ausstoß wird nicht maßgeblich reduziert, sondern größtenteils mittels CO_2-Zertifikaten kompensiert.

DIE WIENER SONNENSTROM-OFFENSIVE

Immer mehr Wiener Unternehmen jeder Branche setzen auf Sonnenstrom und investieren so in eine krisensichere und nachhaltige Energieversorgung.

Auf Wiener Dächern, Fassaden und Freiflächen sind aktuell über 4.200 Photovoltaikanlagen in Betrieb. Das sollen künftig deutlich mehr werden. Viele Unternehmen wollen ihre Gebäude und Betriebsflächen zu Kraftwerken machen. Als Partner*innen der Wiener Sonnenstrom-Offensive setzen sie auf den hausgemachten und klimaschonenden Strom – mit freundlicher Unterstützung der Sonne.

Das Ziel des Wiener Klimafahrplans ist ambitioniert: Im Jahr 2030 soll die Leistung aus Photovoltaik in der Stadt Wien 16-mal so groß sein wie zu Beginn der Sonnenstrom-Offensive 2021. Damit das gelingt, werden Wiener Unternehmen als starke Partner*innen gesucht, die mit ihren Dachflächen, Fassaden oder versiegelten Freiflächen die Basis für kluge Solarlösungen bilden und so einen wichtigen Beitrag zur Energiezukunft der Stadt leisten.

So profitiert die Wiener Wirtschaft vom Sonnenstrom

Die Folgen der aktuellen Energiekrise spüren Unternehmen jeder Branche. Daher ist jetzt der richtige Zeitpunkt, in eine krisensichere und nachhaltige Energieversorgung zu investieren. Denn wenn die Strompreise hoch sind, rechnet sich jede Kilowattstunde aus eigener Produktion doppelt. Das Einsparungspotenzial bemisst sich am aktuellen Energiemarkt und an der Größe der installierten Anlage: Aktuell kann der selbst erzeugte Strom deutlich günstiger sein als jener aus dem Netz, womit sich die Erstinvestition bereits nach wenigen Jahren bezahlt macht.

Großes Potenzial für Sonnenstrom-Anlagen

Etwa die Hälfte der bestehenden Wiener Dachflächen ist aufgrund der Sonneneinstrahlung für Photovoltaik geeignet. Das zeigt der neue Solarpotenzialkataster der Stadt Wien, der allen Unternehmen – aber auch allen Wiener*innen – als digitaler Stadtplan zur Verfügung steht. Basierend auf Sonneneinstrahlung, Dachfläche und Dachneigung gibt der Solarpotenzialkataster Auskunft, wie gut Wiens Dachflächen für die solare Nutzung geeignet sind.

Werden alle technischen, wirtschaftlichen und eigentumsrechtlichen Hindernisse berücksichtigt, bleibt ein realistisches Solarflächenpotenzial von stolzen 35 km² bzw. einem Viertel aller Dachflächen der Stadt. Hinzu kommen Hausfassaden oder bereits versiegelte Freiflächen wie Parkplätze. Das Potenzial für die Erzeugung von klimafreundlichem und krisensicherem Sonnenstrom ist also enorm.

Mit einem Klick zum Sonnen-Check

Ein Besuch des neuen Solarpotenzialkatasters ist ein einfacher erster Schritt, das Sonnenstrompotenzial zu checken: Hier kann jedes Wiener Gebäude in der Karte gesucht werden, und mit einem Mausklick erhält man wertvolle Informationen zur Größe der Dachfläche mit sehr guter und guter Sonneneinstrahlung oder zur geschätzten Anlagenleistung der geplanten PV-Anlage. Zwar ersetzt der Wiener Solarpotenzialkataster keine Planung vor

Ort, dennoch kann damit eine verlässliche erste Einschätzung zur Größe einer PV-Anlage auf Dachflächen gegeben werden, sofern diese statisch und bautechnisch geeignet sind.

Attraktive Förderungen

In Wien kann zu jeder Zeit eine Förderung für die Errichtung einer PV-Anlage beantragt werden, denn die Stadt Wien fördert Standard-Auf-Dach-Anlagen immer dann, wenn die Bundesförderungen aussetzen. Dafür gibt es sowohl für betriebliche als auch für private Photovoltaikanlagen attraktive Förderangebote mit fixen Pauschalsätzen bis zu einer Anlagengröße von 500 kWp. Diese können auf Gebäuden, baulichen Anlagen oder Betriebsflächen (Grünflächen ausgenommen) installiert werden. Bis zu 30 Prozent der förderbaren Kosten können von der Stadt übernommen werden.

Für Dach- und Vertikal-Photovoltaikanlagen ist eine Leistung von mindestens 800 bzw. 500 Volllaststunden im Jahr sowie eine Einspeisung ins öffentliche Netz Voraussetzung für eine Förderung. Auch für die Kombination aus Photovoltaik und Gründächern sowie für PV-Flugdächer auf versiegelten Parkplätzen kann eine attraktive Förderung beantragt werden. Diese Förderschienen stehen Unternehmen ganzjährig zur Verfügung.

Zentrale Anlaufstelle für Unternehmen

Im Rahmen der Wiener Sonnenstrom-Offensive wurde mit dem neuen Kompetenzzentrum Erneuerbare Energie im Auftrag der Stadt Wien eine zentrale Beratungsstelle für alle Wiener*innen, vor allem aber für Wiener Unternehmen eingerichtet. Das Beratungs- und Informationsangebot umfasst neben aktuellen Fördermöglichkeiten auch Informationen zu Genehmigungsverfahren, Technologien sowie zu erneuerbaren Energiegemeinschaften.

Vereinfachte Genehmigungsverfahren

Genehmigungsverfahren für Photovoltaikanlagen sollen in Zukunft deutlich einfacher werden. Bereits seit 2018 gibt es für PV-Anlagen, die ganz oder teilweise gewerberechtlichen Bestimmungen unterliegen, keine Anzeige- bzw. Bewilligungspflicht nach dem Wiener Elektrizitätswirtschaftsgesetz (WElWG) 2005 mehr. Gleichzeitig wird an besseren Rahmenbedingungen für die Genehmigung von PV-Anlagen in der Wiener Bauordnung gearbeitet. Mit einer neuen

Basierend auf Sonneneinstrahlung, Dachfläche und Dachneigung gibt der Solarpotenzialkataster darüber Auskunft, wie gut jedes Gebäude in Wien für die solare Nutzung geeignet ist.

Richtlinie wurden Verfahrensabläufe optimiert, behördliche Wege verkürzt und die Projektübersicht für die Einreicher*innen wurde verbessert.

Stadt Wien geht mit gutem Beispiel voran

Mit der Sonnenstrom-Offensive „Wien hat's drauf" nimmt die Stadt Wien auch selbst eine Vorreiter*innenrolle ein. So werden in den kommenden Jahren stadteigene Gebäude und Flächen überall dort, wo es technisch machbar ist, mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Amtsgebäude, Schulen, Gemeindebauten sowie Flächen stadtnaher Unternehmen gehen einen wichtigen Schritt in Richtung Energiewende. Die Stadt Wien stellt so eine klimaschonende und krisensichere Stromversorgung sicher.

Das PV-Dashboard der Sonnenstrom-Offensive

Um die aktuellen Entwicklungen im Auge zu behalten und zu zeigen, wie die Stadt Wien – mit Unterstützung der Wiener Solarpartner*innen – den ambitionierten Klimazielen Schritt für Schritt näherkommt, gibt es das Dashboard der Wiener Sonnenstrom-Offensive. In Kooperation mit den Wiener Netzen wird monatlich die gesamte Wiener Ausbaurate erhoben. Diese Daten werden auf dem Dashboard aktualisiert. Zusätzlich zeigt das Dashboard dabei auch Werte für alle Bezirke und stellt den Ausbau übersichtlich in einzelnen Grafiken und Diagrammen dar.

Informieren Sie sich jetzt über Beratungs- und Fördermöglichkeiten der Stadt Wien sowie Solarpotenzialen von Wiener Dachflächen:

- **Solarpotenzialkataster der Stadt Wien:** wien.gv.at/stadtentwicklung/energie/themenstadtplan/solarpotenzial
- **Förderungsmöglichkeiten der Stadt Wien:** sonnenstrom.wien.gv.at/foerderungen
- **PV-Dashboard der Sonnenstrom-Offensive:** sonnenstrom.wien.gv.at/monitoring
- **Neue Richtlinie der MA 37 zur Errichtung von PV-Anlagen an und auf Gebäuden in Wien:** https://www.wien.gv.at/wohnen/baupolizei/pdf/merkblatt-photovoltaikanlagen.pdf

Wien hat's drauf. Mit freundlicher Unterstützung der Sonne.

Das Sonnenstrom-Offensive der Stadt Wien zielt darauf ab, die größtmögliche Nutzung von Photovoltaik an öffentlichen wie privaten Dächern, Fassaden oder bereits versiegelten Flächen sicherzustellen. So sollen bis 2030 von den insgesamt 926.000 Wiener Haushalten rund 400.000 mit klimafreundlichem und krisensicherem Sonnenstrom versorgt werden.

Dieses ambitionierte Ziel braucht ganz besonders die Unterstützung der Unternehmer*innen der Stadt. Informieren Sie sich schon heute kostenlos über Förderungen, Genehmigungsverfahren u.v.m. unter **sonnenstrom.wien.gv.at.**

Entgeltliche Einschaltung *Fotorechte: © Markus Thums*

Nachhaltige Gestalter*innen Österreichs

NEUE SPIELREGELN UND INNOVATIVE KOOPERATIONEN

Foto: Nitish Goswami

Wegbereiter*innen einer guten Zukunft

ROSWITHA M. REISINGER, MICHAELA R. REISINGER, CHRISTIAN BRANDSTÄTTER

In allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen kann man umweltfreundlicher und nachhaltiger handeln. Das zeigen die Nachhaltigen Gestalter*innen 2022 besonders deutlich: Sie kämpfen für bessere Rahmenbedingungen, forschen an innovativen Lösungen, setzen sie in ihrem Unternehmen um und berichten darüber. Auffallend ist dieses Jahr, dass viele Innovationen unternehmensübergreifend aufgesetzt werden. Theoretisch wissen wir schon lange, dass Kooperationen für eine nachhaltige Entwicklung entscheidend sind. Die Nachhaltigen Gestalter*innen beweisen eindrucksvoll, dass das auch in der Praxis funktioniert. Sie sind damit die Wegbereiter*innen für eine gute Zukunft.

Die ausführlichen Interviews mit den Nachhaltigen Gestalter*innen 2022 finden Sie auf businessart.at/nachhaltige-gestalterinnen-2022

*Die Klimaanwält*innen*
(in Gründung), Wien
Branche: Recht
https://www.michaelakroemer.com/

RECHTE SIND NICHT NUR WORTE, SONDERN AUCH HEBEL

MICHAELA KRÖMER,
RECHTSANWALTSKANZLEI KLIMAANWÄLT*INNEN

Michaela Krömer kämpft als Anwältin für Menschenrechte und Klimagerechtigkeit. 2021 hat sie eine der ersten Beschwerden beim Europäischen Gerichtshof gegen den Staat Österreich eingereicht: Beschwerdeführer ist Mex M., ein junger Mann, der an Multipler Sklerose erkrankt ist und dessen Krankheit durch Wärme schlimmer wird – bei 25° ist Mex M. auf den Rollstuhl angewiesen, bei 30° kann er diesen nicht mehr selbstständig anschieben. Krömer sieht einerseits das Recht auf Leben und Gesundheit, andererseits das Recht auf eine effektive Beschwerde verletzt – Rechte, die im österreichischen Verfassungsrang stehen. 2020 und 2022 hat sie darüber hinaus beim Verfassungsgerichtshof gegen klimaschädliche Subventionen geklagt.

BUSINESSART: Warum spezialisiert man sich als Anwältin auf Menschenrechte und Klimagerechtigkeit?
Michaela Krömer: Ich hatte immer schon einen stark ausgeprägten Gerechtigkeitssinn – ein starkes Bedürfnis, dass die Würde und die Rechte von Menschen gewahrt werden. Deshalb faszinieren mich die Rahmenbedingungen, die Gerechtigkeit fördern oder behindern, und die Hebel, mit denen sie eingefordert werden kann. Rechte sind nicht nur Worte, sondern auch Hebel.
Und wenn man sich mit den Menschenrechten befasst, dann kommt man an der Klimakrise nicht vorbei. Die Klimakrise und die Biodiversitätskrise sind Krisen der Menschenrechte.

Wie kann man sich die Arbeit als Klimaanwältin vorstellen?
Anwältin zu sein, ist ein Handwerksberuf und auch eine Art Schreibberuf. Die Tätigkeit als Klimaanwältin unterscheidet sich aber auch vom klassischen Anwaltsberuf: Die Fälle werden weniger an mich herangetragen, weil es strategische Verfahren sind – Verfahren, bei denen man das System ändern und dieses mit professionellem Handwerk besser gestalten will. Wenn es um eine grundlegende Änderung geht, ist viel mehr Ausdauer und Kreativität, viel mehr Mut und Konzeption gefordert, weil die Lösungen nicht offenkundig sind und neue Aspekte in den rechtlichen Diskurs eingebracht werden. Wenn Verfahren erfolgreich sind, sind sie ein großer Hebel, um Fakten zu schaffen. Und wenn sie nicht erfolgreich sind, sind sie trotzdem ein Hebel, weil sie eine Diskussion gestartet haben.

Sie arbeiten ja stets in Konfliktfeldern. Wie hält man das aus?
Für mich ist es fast beruhigend zu wissen, dass ich meinen Beitrag leiste. Dass ich kein schlechtes Gewissen haben muss. Das ist für mich auch ein Privileg: Ich darf hinschauen, ich darf etwas tun. Auch wenn das keine einfachen Themen sind. Am schwierigsten ist für mich noch immer das Durchhalten. Man braucht sehr oft enorm viel Ausdauer: das richtige Thema und die Personen zu finden, die Finanzierung aufzustellen, aber auch im juristischen Apparat nicht die Hoffnung aufzugeben – weil man langsamer agiert, als das Tempo der Krisen, die uns gegenüberstehen, vorgeben würde.

Wo braucht es rechtliche Mittel für mehr Nachhaltigkeit?
Letztlich bedeutet Nachhaltigkeit, dass alle Lebensbereiche transformiert werden. Bildlich gesprochen brauchen wir jeden Gesetzestext grün eingefärbt. Und es braucht die grundsätzlichen Rahmenbedingungen – ein Klimaschutzgesetz, vielleicht ein Biodiversitätsschutzgesetz. Sie sind der Entwicklungsdruck und die Planungssicherheit für alle Akteur*innen – die Grundlage der Transformation. Natürlich ist der Gesetzgeber am Zug, aber er muss verstehen, dass das vom Souverän – dem Volk – gewollt ist. Es geht um eine Systemänderung – und das System sind wir alle. Je mehr Menschen im System etwas bewegen, desto mehr lockert es sich und kann sich dadurch wirklich grundlegend verändern. Das Entscheidende ist: Weil es alles betrifft, betrifft es uns alle. Wir alle können und müssen mitgestalten. ■

Fotos: Mitja Kobal/greenpeace; Martin Schachenhofer/Querformat; Peter Wagner/RepoNet

CHRISTOPHER SCHÖPF
CEO & FOUNDER
E.BATTERY SYSTEMS GMBH

e.battery systems entwickelt Energiespeicher aus gebrauchten Lithium-Autobatterien. Über eine eigens entwickelte Software kann die Kapazität jeder einzelnen Batterie laufend geprüft werden und je nach Bedarf, einzeln zugeschalten werden. Das Vorarlberger Unternehmen steigert damit die Effizienz der Batterien um 30 Prozent und verlängert ihre Nutzungsdauer um bis zu zehn Jahre.

„Ich habe zwei Kinder und sorge mich, dass sie in einer Welt (über-)leben müssen, in der es keine Aussicht auf ein ähnlich tolles Leben gibt, wie ich es führen durfte. Ich möchte nicht ohne Antwort dastehen, wenn sie mich fragen – WARUM habt ihr nichts getan?", sagt Christopher Schöpf, wenn man ihn fragt, wieso er e.battery systems gegründet hat. Das Aufstellen der finanziellen Mittel war alles andere als einfach. Zum Glück glaubten sowohl die Hausbank als auch ein Vorarlberger Gesellschafterkreis an ihn. Sie stellten nicht nur das Startkapital zur Verfügung, sie trugen auch die mehrfachen Erhöhungen der letzten drei Jahre mit.

Der nächste große Schritt ist die weltweite Expansion – natürlich nachhaltig, betont Schöpf: Auf jedem Kontinent sollen Werke entstehen und mit nachhaltigen Transportunternehmen kooperieren. Nur das ermögliche einen CO_2-neutralen Betrieb.

Was können Sie anderen Manager*innen aus Ihrer Erfahrung mitgeben?

Ein gutes Geschäftsmodell muss einen Mehrwert für die Gesellschaft haben. Die Verbindung aus Wirtschaftlichkeit und Mehrwertschaffung ist die einzige Möglichkeit langfristig ein Business aufzubauen. Denn wenn es der Welt schlecht geht, wird es auch dem/der reichsten und erfolgreichsten Manager*in schlecht gehen.

Christopher Schöpf, CEO & Founder
e.battery systems GmbH, Wolfurt
Branche: Batterien & erneuerbare Energien
*Mitarbeiter*innen: 50*
www.e-batterysystems.at

MATTHIAS NEITSCH
GESCHÄFTSFÜHRER REPANET

Schon als Kind liebte Matthias Neitsch die Natur. Jedes Mal, wenn wieder ein Stück seiner schönen Plätze zubetoniert wurde, war er traurig und wütend, konnte aber nichts machen. „Bis zur Aubesetzung in Hainburg 1984, wo ich mitkämpfen und miterleben durfte: Wenn viele mithelfen, lässt sich der Lauf der Geschichte ändern." Danach schaffte er es, aus seinem unbezahlten Umweltaktivismus einen existenzsichernden Beruf als Umwelt- und Abfallberater zu machen. Das sei die größte Herausforderung gewesen, meint er, denn: „Ich musste meine langen Haare, Symbol von Freiheit und Widerstand, abschneiden, um die 17 Bürgermeister des oberen Ennstals zu überzeugen, dass ich der Richtige für den Job bin. Es ist geglückt. Später sind die Haare wieder nachgewachsen und ich konnte trotzdem in dem Beruf bleiben."

Seither betreibt er politisches Lobbying, vernetzt europaweit die Akteure und konzentriert sich auf konkrete Projekte, die mehr Lebensqualität mit weniger Ressourcenverbrauch bringen. Seine wichtigsten Erfolge sind die Verankerung der Re-Use-Verpflichtung in der Recycling-Baustoffverordnung und die Aufforderung in der Elektroaltgeräte-Verordnung an Sammelstellenbetreiber, mit sozialwirtschaftlichen Re-Use-Betrieben zusammenzuarbeiten. Aktuell arbeitet er an der Entwicklung des sozialwirtschaftlichen Online-Marktplatzes für Gebrauchtprodukte WIDADO, an der Neuorganisation und stärkeren sozialen Ausrichtung der Alttextilsammlung, an der Verbesserung der Wiederverwendung von Möbeln und Elektroaltgeräten, an der Stärkung der Reparaturcafés und Reparaturbetriebe und am Re-Use im Gebäuderückbau und -neubau (Social Urban Mining).

RepaNet, Wien und Graz
Branche: NGO, Interessenvertretung
*Mitarbeiter*innen: 12*
www.repanet.at

NICOLE TRAXLER
GESCHÄFTSFÜHRERIN TWO NEXT & ALLES CLARA

Der Anruf aus dem Krankenhaus ändert alles: Der Vater wird nach der Entlassung aus dem Spital nach einem Sturz nicht mehr selbstständig leben können. Aber was heißt das jetzt für die Familie? Kann der Vater in seinem Zuhause bleiben? Wer kümmert sich gut um ihn? Was will er selbst? Unzählige Fragen, auf die die Angehörigen Antworten finden müssen. Nicole Traxler: „Dabei wissen sie oft noch gar nicht, was sie fragen sollen, weil sie die Situation erst einmal verstehen müssen." Es sei oft die Vielzahl an Aufgaben und Verantwortungen, rund um die Uhr, jeden Tag, ohne abschalten zu können, die so belastend ist. „In vielen Haushalten etablieren sich individuelle Pflege- und Betreuungssysteme. Diese funktionieren, solange alles klappt. Aber sie sind, wie ein Kartenhaus, nicht zwingend stabil." Ändert sich eine Kleinigkeit – fallen zum Beispiel Betreuungs- oder Pflegedienste aus oder tritt ein Krankheitsschub auf – dann stürzt das „Kartenhaus", das System, ein. „Als pflegende*r Angehörige*r musst du dir dann ein neues, auf die neue Situation adaptiertes System aufbauen – und das meist in einem emotionalen Ausnahmezustand." Hier setzt die App „Alles Clara" an. In virtuellen Beratungsräumen helfen professionelle Berater*innen von Caritas, Diakonie, Hilfswerk, Rotem Kreuz oder Volkshilfe via Chat, Telefon-, Sprach- und Bildnachrichten. Sie bieten Orientierung, Information und Entlastung bei komplexen individuellen Herausforderungen, aber auch bei Fragen der Prävention. Der Pilotbetrieb läuft, der Normalbetrieb soll Ende 2023 starten.

Two Next GmbH und Alles Clara – Verein zur Entlastung pflegender Angehöriger, Wien
Branche: IT Dienstleistung und gemeinn. Verein
*Mitarbeiter*innen: 7*
www.allesclara.at

HANS HOLZINGER
FORSCHER, FREIER PUBLIZIST ROBERT JUNGK BIBLIOTHEK

Holzinger beforscht, publiziert und diskutiert seit 1992 zu den Themen Nachhaltigkeit, Zukunft der Arbeit, soziale Sicherung, Partizipation, Demokratie sowie neue Wohlstandsmodelle. Damit hat er die Basis für nachhaltige Entscheidungen von Manager*innen, Politiker*innen und Bürger*innen gelegt. Die Auszeichnung würdigt seinen lebenslangen Einsatz für eine nachhaltige Wirtschaft und Zukunft.
Sein Resümee nach 30 Jahren Nachhaltigkeitsforschung: „Ohne Suffizienz werden wir die Wenden nicht hinkriegen." Doch Verzichtsappelle brächten wenig, gesucht seien attraktive nachhaltige Bilder eines guten Lebens, neue Wohlstandsmodelle, eine Änderung unseres Wirtschaftssystems. Corona habe den Wandel zu einer nachhaltigen Gesellschaft leider nicht befördert.
Die Sehnsucht nach der alten Normalität sei zu groß gewesen und die finanzielle Unterstützung der nicht-nachhaltigen Branchen habe den Wandel gebremst. Darüber hinaus würden wir die ökologischen Krisen nicht wirklich an uns heranlassen. „Erfolg ist immer noch mit dem Wachsen der Wirtschaft verbunden. Das Wirtschaftswunder ab den 1950er-Jahren war ja ein Erfolgsmodell. Jetzt sollen wir davon loskommen, obwohl das funktioniert hat?" Viele Leute hätten Angst, die Umweltbewegung wolle allen Wohlstand wegnehmen. Dazu gäbe es Lobbying von Branchen, die viel Geld hätten und die Veränderungen unter der Oberfläche verzögern und strengere Gesetze untergraben. „Ich würde mir von der Politik wünschen, dass sie mutiger vorangeht, dass sie sagt: Wir schaffen das!" Vor allem der Ansatz des Multisolving sei spannend. „Die Bürgermeisterin von Paris hat gezeigt, wie das geht.
Sie hat ein sehr gutes Mobilitätskonzept umgesetzt – aber nicht mit dem Energie- und Klimaargument – sie hat sich um die Gesundheit der Bewohner*innen gesorgt. Wir müssen immer fragen, was wir gewinnen können."

Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen, Salzburg
Branche: Nachhaltigkeitsforschung und Wissenstransfer
*Mitarbeiter*innen: 4*
www.jungk-bibliothek.org, www.hans-holzinger.org

Fotos: Ian Ehm; Carmen Bayer; Kalco; Plantika

STEFAN EISINGER-SEWALD
GF KALLCO DEVELOPMENT GMBH & CO KG UND PETER HOLZER
GF INGENIEURBÜRO P. JUNG

Erneuerbare und fossilstofffreie Energie für Warmwasseraufbereitung, Raumheizung und Gebäudekühlung im großvolumigen Wohnbau ist noch so selten wie die Stecknadel im Heuhaufen. Einer der Pioniere ist Stefan Eisinger-Sewald, der mit dem Willen zur Innovation und Nachhaltigkeit die Zukunft seines Unternehmens sichern will: „Wir haben uns im Sinne von Umwelt und Klima an den Interessen der maßgeblichen Stakeholder orientiert." Die Vision, Erdwärme im großvolumigen Wohnbau zu nutzen, sei vor knapp zehn Jahren entstanden. „Wie immer bei der Entwicklung und Umsetzung visionärer Konzepte bedarf es spezieller Partnerschaften, die nicht nur den wirtschaftlichen Selbstzweck verfolgen. Maßgeblich war die kongeniale Partnerschaft mit den Akteuren von IPJ, dem Ingenieurbüro P. Jung, insbesondere mit Peter Holzer.

Die baupraktische Seite konnte ich den ausführenden Unternehmen aufgrund meiner Erfahrungen im Bauwesen gut vorgeben."

Eben wurde das Wohnprojekt com22PLUS mit 163 Mietwohnungen in Wien-Donaustadt umgesetzt. Dank Erdwärme, Außenluft und Sonnenstrom wird gänzlich auf fossile Energieträger verzichtet. Das Konzept soll auch für die Altbausanierung funktionieren: „Dazu betreiben wir aktuell die Machbarkeitsstudie, um die Dekarbonisierung vor allem mit Schwerpunkt Wien vorantreiben zu können."

KEINER WIRD AN ALTERNATIVEN ENERGIEKONZEPTEN VORBEIKOMMEN

KALLCO Development GmbH & Co, Wien
Branche: Immobilienprojektentwicklung, Bauträger
*Mitarbeiter*innen: 15*
www.kallco.at

NATUR AM DACH

MATHIEU LEBRANCHU, PHILIPP LEBRANCHU, THERESA MATZINGER, SOPHIE KALTNER, DENIS LEBRANCHU
PLANTIKA GMBH

Die steigenden Temperaturen und der urbane Hitzestau haben negative Auswirkungen auf die Lebensqualität und Gesundheit der Stadtbewohner*innen. In der Stadt ist es um bis zu zwölf Grad Celsius wärmer als in der umliegenden Natur. Das hat zur Folge, dass vermehrt Klimaanlagen laufen und der Energieverbrauch weiter zunimmt.

Eine Vegetationsfläche auf dem Dach kann als Hitzeschild dienen. Durch die natürliche Wasserverdunstung der Pflanzen kann die Umgebungstemperatur um bis zu 1,5 Grad Celsius gesenkt werden. Eine niedrigere Umgebungstemperatur steigert wiederum die Effizienz von Klimaanlagen.

Zudem können die Module bis zu 50 Liter Regenwasser pro Quadratmeter aufnehmen, wodurch die städtische Kanalisation entlastet und das Risiko von Überschwemmungen verringert wird. Grünflächen bieten einen Lebensraum für die Tier- und Insektenwelt, was die Biodiversität fördert und dem Artensterben entgegenwirkt. Darüber hinaus filtern die Pflanzen Feinstaubpartikel und säubern so die Luft in der Stadt. Und nicht zuletzt tragen die grünen Dächer zur Bewusstseinsbildung der Bevölkerung für Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei.

Viele gute Gründe also, die Begrünung von Dächern zu forcieren. Genau das hat Mathieu Lebranchu mit seinem Team gemacht – Corona und Lockdown sei Dank. Mathieu hatte in der Luftfahrt gearbeitet: „Die frei gewordene Zeit habe ich für die Gründung von Plantika genutzt." Das Unternehmen bietet Dachbegrünung im Modulsystem an, das sogar auf Blech- und Ziegeldächern angewendet werden kann. Dadurch wird ihr Anwendungsbereich extrem vergrößert.

Green Roofs – Plantika GmbH, Wien
Branche: Bau, Sanierung, Umwelt
*Mitarbeiter*innen: 5*
www.plantika.at

HERTA STOCKBAUER
VORSTANDSVORSITZENDE
PETRA IBOUNIG-EIXELSBERGER
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT &
NACHHALTIGKEIT, BKS BANK

„Das erste externe ESG-Rating durch ISS ESG (damals noch oekom Research AG) im Jahr 2010 war ein wichtiges Aha-Erlebnis", sagt die Vorstandsvorsitzende der BKS, Herta Stockbauer. „Es hat uns angespornt, uns intensiver mit der Nachhaltigkeit im Kerngeschäft und Umweltthemen zu beschäftigen." Seither setzt die BKS konsequent einen Schritt nach dem anderen: Die Portfolio-Strategie ist nachhaltig ausgerichtet, das Umweltmanagement EMAS wurde eingeführt, der Carbon Footprint deutlich reduziert, der Anteil der weiblichen Führungskräfte erreichte 2021 erstmals mehr als 35 Prozent. 2021 wurde ein Teil der von BKS-Krediten und -Veranlagungen verursachten Financed Emissions berechnet. 2022 wird die Bank Gründungsmitglied der Green Finance Alliance. Stockbauer: „Damit haben wir uns verpflichtet, unser Kredit--und Investmentportfolio an den Klimaschutzzielen von Paris auszurichten. Wir arbeiten daher intensiv an dem Ausstieg aus Kohle, Erdöl und Gas. Auch die Umsetzung der zahlreichen neuen EU-Vorschriften beschäftigt uns sehr."

Zu Beginn sei die nachhaltige Ausrichtung sowohl intern als auch extern regelmäßig auf Unverständnis gestoßen. Erfreulicherweise sei der Bewusstseinswandel bei den Mitarbeiter*innen relativ rasch gelungen. Stockbauer: „Viele haben gesehen, dass sich die BKS Bank erfolgreich vom Mitbewerb abhebt und mit innovativen Produkten, wie den Green und Social Bonds oder dem Natur & ZukunftKonto punkten kann." Das helfe auch beim Employer Branding. Und die Firmenkund*innen freuen sich, wenn sie einen Bankpartner mit langjähriger Nachhaltigkeitserfahrung an der Seite haben.

BKS Bank AG, Klagenfurt
Branche: Finanzwesen
*Mitarbeiter*innen: 1.145*
www.bks.at

WIR RICHTEN UNSER KREDIT- UND INVESTMENTPORTFOLIO AN DEN KLIMASCHUTZZIELEN AUS

DIE GREEN-FINANCE-PIONIERIN

Umweltbundesamt, Wien
*Branche: Expert*innen-Organisation für Umweltthemen*
*Mitarbeiter*innen:*
Umweltbundesamt: aktuell 541,
*Green Finance Team: 7 Expert*innen.*

www.umweltbundesamt.at,
www.bmk.gv.at/green-finance/alliance/

NATALIE GLAS
UMWELTBUNDESAMT

Als Kind war sie mit ihren Eltern und Geschwistern viel in den heimischen Wiesen, Wäldern und Bergen unterwegs. So entwickelte sie früh einen Sinn für die Leistungen der Natur. Sie studierte Landschaftsplanung, Forstwirtschaft, Technischer Umweltschutz und Marketing und landete schließlich im Risikomanagement. Mit ihrer Umweltausbildung war sie vielfach eine Exotin. „Umso größer war mein Antrieb auf das zu setzen, was ich gelernt habe und meine große Leidenschaft ist: Wissen gemeinsam weiterentwickeln, Lösungen für knifflige Situationen finden und Menschen vernetzen. Also bin ich gezielt auf Expert*innen aus dem Finanzsektor zugegangen und habe mit ihnen diskutiert, wie Klima- und Umweltrisiken ins Risikomanagement integriert werden können und wie sie einzupreisen sind." Sie leitete das erste österreichische Forschungsprojekt zu Klimarisiken im Finanzsektor und motivierte über 200 Stakeholder*innen aus dem Finanzsektor, Aufsichtsbehörden und NGOs, am Kapazitätsaufbau teilzunehmen.

„Ich bin damit erst einmal auf viele taube Ohren gestoßen." Aber sie gab nicht auf: „Wenn ich etwas wirklich wichtig finde, dann kann ich ausdauernd sein. Zum Durchhalten haben mich auch Kolleg*innen bewegt, und natürlich meine Vorgesetzten. Sie haben mir vertraut, dass es wichtig ist und dass es etwas bringt. Das war sehr ermutigend." Und klug: Ihr Team gilt mittlerweile über die Grenzen Österreichs hinaus als Green-Finance-Knowledge-Hub. Glas gehört zu den Gründungsmitgliedern der EPA Interest Group Green Finance der europäischen Umweltagenturen sowie der DACH+LIE+LUX-Arbeitsgruppe für grüne Finanzen. Im Rahmen der „EU Platform on Sustainable Finance" berät sie u.a. die EU-Kommission und setzt sich für eine wissenschaftsbasierte Taxonomie ein.

Fotos: Gernot Gleiss; Caroline Knauder; Kalloc; Alexander Pok; Maria Hörmandinger

DEN ALLTAG UNSERER PENSIONIST*INNEN BEQUEMER, FLEXIBLER UND SICHERER GESTALTEN

MARKUS UND IRIS KAUFMANN
MOBIL 60PLUS GMBH

Viele Senior*innen sind noch rüstig und wollen aktiv sein. Manche brauchen Hilfe, vor allem, wenn sie von A nach B kommen wollen. Markus und Iris Kaufmann haben für sie ein Angebot in ihrem Heimatort Kaprun entwickelt. Freiwillige Senior*innen melden sich zum Fahrtendienst und bringen immobile 60+ Senior*innen per E-Auto zu ihrem Termin und anschließend wieder zurück nach Hause. Das alles um einen geringen Mitgliedsbeitrag und Fahrtkostenzuschuss. 2021 wurden 2.400 Fahrten durchgeführt, der Verein hat mittlerweile 90 aktive Mitglieder.

Im ersten Jahr hat Kaufmann alle Fahrten alleine durchgeführt: „So habe ich das System und den Ablauf gelernt und kleine Optimierungen machen können. Jetzt nach drei Jahren kann ich mit Stolz sagen: Das Projekt finanziert sich mit einer Einmalunterstützung für das Auto, Sponsorbeiträgen, dem Fahrtgeld und den Mitgliedsbeiträgen. Das ist auch der Grund warum wir uns entschlossen haben, das Projekt anderen Gemeinden und Personen zu präsentieren und diese im Aufbau und in der Abwicklung zu unterstützen."
Auch die Kund*innen mussten erst gewonnen werden. Die anfängliche Schwellenangst, Mitglied zu werden, ist heute fast nicht mehr vorhanden. Interessant ist, dass vor allem Männer lange gezögert haben, den Service zu nutzen. „Das hat natürlich etwas mit dem männlichen Stolz zu tun", meint Kaufmann. Vor allem zum Arzt, in die Apotheke, zum Einkaufen, für Bankgeschäfte und Amtswege, zum Friseur oder zur Fußpflege, zum Schrebergarten, um Freunde zu treffen und im Sommer zum Baden – das sind die häufigsten Transportbedürfnisse, die nun unkompliziert und ohne viel Aufwand erfüllt werden können.

MOBIL 60plus GmbH, Kaprun
Branche: Mobilitätsdienstleister
*Mitarbeiter*innen: 14, überwiegend ehrenamtlich*
www.mobil60plus.at

WIR WOLLEN EIN WESENTLICHER TEIL DER MOBILITÄTSWENDE SEIN

MATTHIAS ZAWICHOWSKI, NIKO FISCHER, RENATE BRANDNER-WEISS, MARTIN TSCHURTSCHENTHALER, MAX ORLOWSKI, MARTIN AUER, NORBERT RAINER
CARSHARING ÖSTERREICH (CSÖ)

Matthias Zawichowski und seine Mitstreiter*innen sehen E-Carsharing als wichtiges Puzzleteil für eine zukunftsfähige Mobilität. „Unsere Kund*innen wollen und sollen österreichweit mobil sein. Daher wollen wir ein verkehrsträgerübergreifendes Mobilitätsangebot in ganz Österreich schaffen." carsharing Österreich – das sind 26 carsharing-Betriebe mit mehr als 3.000 Kund*innen, die überwiegend im ländlichen Raum beheimatet sind.

Dabei ist carsharing ist kein einfaches Geschäftsmodell: Die Errichtung eines neuen carsharing-Standorts bedinge eine gewissenhafte Planung, um die Finanzierung von Elektrofahrzeug und Stromtankstelle inklusive aller Betriebskosten gewährleisten zu können. Gerade in ländlichen Regionen stehe der Gemeinnutzen im Vordergrund und als Nischenbetrieb sei ein wirtschaftlich ausgeglichener Betrieb nur schwer möglich: „Daher ist gemeinsames Handeln und Agieren sinnvoll und notwendig."
Aber auch die potenziellen Kund*innen müssen erst überzeugt werden: „Am Land haben wir nicht so starke Nachfragedichten wie in einer Großstadt. Außerdem ist im ländlichen Raum der private Pkw oft unverzichtbar bzw. auch ein Statussymbol. Da müssen wir noch viel tun, um die Akzeptanz einer zukunftsfähigen Mobilität zu heben."

Bislang wurden rund sechs Millionen Kilometer zurückgelegt und rund 1,2 Millionen Tonnen CO_2 eingespart. Die Autos werden ausschließlich mit Ökostrom geladen. Seit Juli 2021 gibt es einen betriebsübergreifenden Roaming-Tarif für einen Teil der Flotte. Die Verrechnung erfolgt durch den jeweiligen regionalen Partner vor Ort.

carsharing Österreich, Traismauer
Branche: Mobilitätsdienstleistungen, Bewusstseinsbildung
*Mitarbeiter*innen: 26 Mitgliedsbetriebe.*
www.carsharing-oesterreich.at

184 MILLIONEN PAKETE – UND WENIGER MÜLL

MARC SARMIENTO, SARAH PFOSER, MANUELA SCHNEIDER, HELMUT LUXBACHER, GÜNTHER JUNKOWITSCH, JOHANNES RICHTER, ÖSTERREICHISCHE POST AG, FH OÖ, TCHIBO, DM DROGERIEMARKT, INTERSPORT, THALIA BUCH & MEDIEN, INTERSPAR WEINWELT

Verpackungen haben durch den Online-Versand massiv zugenommen – und damit der Ressourcenverbrauch. Die Post hat 2021 mit fünf anderen Unternehmen ein Pilotprojekt gestartet: dm, Interspar Weinwelt, Intersport, Tchibo und Thalia verschickten ihre Waren in wiederverwendbaren Verpackungen aus Holzfaserstoff bzw. aus recyceltem PET. Die Verpackung kann nach Verwendung zusammengefaltet und in den nächsten Briefkasten gesteckt werden – bereit für das nächste Packerl.

Ein Gespräch mit einem Nachbarn habe ihn auf die Idee gebracht, erzählt Marc Sarmiento, Leiter Forschung & Innovation bei der Österreichischen Post: „Am ersten oder zweiten Weihnachtstag haben wir uns im Müllraum getroffen. Er hatte einen Haufen Verpackungskartons und hat sich furchtbar über die übervolle rote Tonne geärgert. Weil er wusste, dass ich von der Post bin, hat er mich gefragt: ‚Warum muss die Post immer so viel Verpackungsmüll bringen? Mach doch etwas dagegen.'" Sehr schnell war das Potenzial klar: In Österreich wurden im letzten Jahr circa 340 Millionen Pakete versendet – 184 Millionen davon mit der Post. „Wenn wir den Müll einfach nur reduzieren könnten, wenn wir für eine Verpackung einen zweiten, dritten, zehnten Versandzyklus hinkriegen, haben wir schon gewonnen", erklärt Sarmiento.

Es folgten eine Vorstudie und viele Gespräche mit potenziellen Partnern: „Da haben wir viel Gehirnschmalz hineingesteckt, um den größten gemeinsamen Nenner zu identifizieren, damit wir den größtmöglichen Hebel gemeinsam umlegen können."

Und wie geht es mit dem Projekt weiter? „Es wurde im September 2022 abgeschlossen, nun evaluieren wir die Ergebnisse. Nächstes Jahr möchten wir allen E-Commerce-Händlern eine marktfähige Lösung anbieten."

Österreichische Post AG, Wien
Branche: Logistik und Transport
*Mitarbeiter*innen: ca. 28.000*
www.post.at
Kooperationspartner: FH OÖ, Tchibo, dm drogeriemarkt, INTERSPORT, Thalia Buch & Medien, Interspar Weinwelt

MIT ABWASSER OASEN SCHAFFEN

JOHANNES KISSER
THERESA HEITZLHOFER
HEINZ GATTRINGER
ALCHEMIA-NOVA GMBH

Abwasser ist jene Ressource, in die alle Nährstoffe nach der Verdauung gelangen: eigentlich eine tolle Sache. Aber trotzdem selten genutzt. Das möchten Johannes Kisser, Theresa Heitzlhofer und Heinz Gattringer ändern. Sie haben mehrere Projekte umgesetzt, die Nährstoffe aus dem Abwasser wieder zurück in die Pflanzen- und Lebensmittelproduktion bringen. „Pflanzenkläranlagen sind in vielen Formen anwendbar. Sie können auf beweglichen Toiletten, als Grünwände, zur Nachreinigung von Kläranlagen oder anstelle dieser, im Garten oder als Straßenablauf eingesetzt werden", erklärt Kisser. Diese Form der Kläranlage reinigt jedoch nicht nur das Wasser, sondern macht die darin enthaltenen Nährstoffe auch gleich verfügbar: „Anstatt diese immer wieder aus Minen oder unter Energieeinsatz aus der Luft zu gewinnen und durch unser System linear durchzuschleusen, können sie direkt wieder für die Landwirtschaft genutzt werden." Mit Erfolg, denn das nährstoffreiche Wasser liefert dort dreimal höhere Ernteerträge. Gleichzeitig sei es wichtig, sich mit den Stoffen, die im Abwasser landen, zu beschäftigen und sicherzustellen, dass diese für biologische Kreisläufe bestimmt sind: „Das heißt, dass man vieles überdenken und Alternativen suchen muss."

Grundsätzlich sei es aber auch eine Frage des Mindsets: „Sieht man etwas als Schadstoff, dann kann man es nur behandeln – es deponieren oder verbrennen. Denkt man es als Ressource, so fragt man sich, wie es positiv eingesetzt werden kann. Das hat viel mehr Potenzial", ist Kisser überzeugt.

alchemia-nova Gruppe, Wien
Branche: Forschung, Entwicklung, Beratung
*Mitarbeiter*innen: ca. 30*
www.alchemia-nova.net, www.kreislaufwirtschaft.at, www.alchemia-nova.gr, zerowastegreece.com/cups

Fotos: ???; Alchemia Nova; Matthias Cremer; Katharina Gossow/Falter

ANDREAS SATOR
JOURNALIST UND AUTOR

Andreas Sator schreibt Bücher, berichtet im Standard und produziert die Podcasts „Erklär mir die Welt" und „Sonne & Stahl". „Ich versuche, den Menschen die Welt verständlich zu machen. Das ist die Grundlage für ein mündiges und verantwortungsvolles Leben", erklärt der Journalist. Dazu gehöre auch, unsere Geschichte zu verstehen – denn „nur wenn man sich anschaut, wie die Welt so geworden ist, wie sie heute ist, erkennt man, dass das nicht gottgegeben ist, sondern dass sich das irgendwann Leute so überlegt und untereinander ausgemacht haben." Dies eröffne die Möglichkeit, eine neue Abmachung zu treffen – zu entscheiden, wie wir mit einem Thema heute umgehen möchten.

Andreas Sator, Wien
Branche: Medien
*Mitarbeiter*innen: 2*
erklärmir.at / sonneundstahl.at

Sator richtet seinen Fokus dabei auf eine produktive Auseinandersetzung, darauf, wie ein Problem gelöst werden kann und was es wahrscheinlicher macht, dass dies tatsächlich passiert: „Man muss als Journalist*in auf Probleme deutlich hinweisen, sich aber auch mit Menschen, Organisationen oder Ländern, die schon etwas richtig machen, beschäftigen."
Ihm ist auch wichtig, große Entwicklungen auf einzelne Personen herunterzubrechen: „Medien haben das Problem, dass sie Entwicklungen, die langsam passieren und kein plötzliches Ereignis sind, verschlafen. Deshalb versuche ich aus der Statistik eine Geschichte zu machen. Man darf aber auch nicht vergessen, dabei Spaß zu haben und ein möglichst gutes und fröhliches Leben zu führen. Darum geht es am Ende des Tages auch bei der Nachhaltigkeit: dass in der Zukunft viele Menschen ein schönes Leben führen können."

GESCHICHTEN, DIE DIE WELT VERSTEHEN LASSEN

BENEDIKT NARODOSLAWSKY
FALTER ZEITSCHRIFTEN GMBH

Im März 2021 gründete der Falter unter seiner Leitung das Ressort „Natur" und einen wöchentlichen Natur-Newsletter zu den Themen Nachhaltigkeit, Umwelt, Natur und Landwirtschaft.

„Ich betrachte die Klima- und Biodiversitätskrise in erster Linie als Frage der Gerechtigkeit und weniger als Umweltthema. Weltweit gesehen gab es in den letzten Jahrzehnten eine positive Entwicklung, wir haben weniger Armut, weniger Hunger. Aber wir erleben eine Ungerechtigkeit gegenüber unseren Kindern und Kindeskindern. Künftige Generationen werden ausbaden, was wir gerade verbocken. Wir leben auf Kosten der nächsten Generationen." Die Entwicklung müsse in die richtigen Bahnen gelenkt werden, „denn die Zeit rennt uns davon. Die Treibhausgasemissionen steigen enorm. Tiere und Pflanzen sterben aus und sind unwiederbringlich verloren." Es sei Aufgabe der Medien, Zuckerbrot und Peitsche zu spielen, damit da etwas weitergehe. Durch die Fridays-for-Future-Bewegung sei 2019 ein Wendejahr gewesen. Die jungen Leute hätten klargemacht, dass es in der Klimakrise nicht um den Eisbären geht, sondern um die Kinder. „Natürlich blockieren noch immer manche Parteien im Klimaschutz. Aber auch das wird sich mit der Zunahme an Extremwetterereignissen ändern."

Auch im Falter war es nicht einfach, das Thema Klimaschutz regelmäßig zu bringen, weil es der journalistischen Logik widerspricht: „Es ist ein altes Thema, über das seit Jahrzehnten berichtet wird. Außerdem passiert er jeden Tag. Schlägt man den Klimawandel als Thema vor, gibt es immer fünf aktuellere G'schichteln." Mit dem eigenen Ressort heißt die Frage nun:
Wie bekomme ich das Heft mit Nachhaltigkeitsthemen voll?

Benedikt Narodoslawsky,
Falter Zeitschriften GmbH, Wien
Branche: Journalismus
*Mitarbeiter*innen im Natur-Ressort: 1*
www.falter.at/natur

EINE FRAGE DER GERECHTIGKEIT

2022 Nachhaltige Gestalter*innen Österreichs

WER WIRD AUSGEZEICHNET?

Die Nachhaltigen Gestalter*innen werden von CSR- und Nachhaltigkeitsexpert*innen in einem mehrstufigen Verfahren gewählt. Ausgezeichnet werden Menschen, die Meilensteine im Sinne der GRI bzw. der SDGs, am besten im Kerngeschäft, gesetzt haben und damit ihr Unternehmen einen wesentlichen Schritt vorwärts gebracht haben, und Menschen, die die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nachhaltiger gestalten.

DIE JURY 2022 (ALPHABETISCH)

Michaela Aschenbrenner/Klimabündnis, Monika Auer/Ögut, Michael Bauer-Leeb/Weitsicht, Stefanie Beßler/Social Impact Award, Christian Brandstätter/Lebensart, Petra Bußwald/Akaryon, Barbara Coudenhove-Kalergi/IV, Cornelia Dankl/Bonus und Concisa, Max Deml/Öko-Invest, Katharina Eggenweber/AG Globale Verantwortung, Gabriele Faber-Wiener/Center for Responsible Management, Michael Fembek/Essl Foundation, Stephan Fickl/Österreichische Energieagentur, Reinhard Friesenbichler/Rfu, Ulrike Gelbmann/Karl-Franzens-Universität, Günter Goldhahn/G-Group Unternehmensberatung, Reinhard Herok/FH Wiener Neustadt, Peter Iwaniewicz/BM für Klimaschutz, Christine Jasch/Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung, Bettina Kerschbaumer-Schramek/die Kerschbaumer, Daniela Knieling/respACT, Manuela Krendl/Wirtschaftskammer NÖ, Susanne Maier/Bio Austria, Markus Meissner/Pulswerk, Ira Mollay/die Mutmacherei, Carmencita Nader/Erste Bank, Josef Neuböck/OÖ Landesregierung, Ursula Oberhollenzer/Blue Cube, Silvia Painer/Gemeinwohl-Ökonomie, Roswitha Reisinger/Businessart, Harald Reisinger/Nachhaltigkeitsmanagement, Annemarie Schallhart/Unternehmensentwicklung, Brigitta Schwarzer/Inara, Hanna Simons/WWF Österreich, Monika Strasser/Spiegelmayr Kommunikation, Alfred W. Strigl/Plenum, Andreas Tschulik/BM für Klimaschutz, Richard Tuschl/Triacon Consulting. Martin Weishäupl/Brainbows, Eveline Wiebach/Liga Graphik Design, Ruth Williams/Verband für gemeinnütziges Stiften.

Die ausführlichen Interviews mit den Nachhaltigen Gestalter*innen 2022 finden Sie auf businessart.at/nachhaltige-gestalterinnen-2022

NOCH SIND WIR VERDRÄNGUNGSKÜNSTLER*INNEN

Alphabetisierung im Zeitalter der globalen Ökokrisen bedeutet, die Notwendigkeit eines grundlegenden Kurswechsels zu erkennen und danach zu handeln. Es gibt aber auch anthropologische und psychologische Hürden. Die Transformationsforschung erkundet die Gelingensfaktoren und Barrieren für gesellschaftlichen Wandel. Oder anders formuliert: Sie fragt danach, ob und wann Gesellschaften lernen, sich neuen Herausforderungen zu stellen und Zeichen für Veränderung zu erkennen.

DIE SCHLECHTE NACHRICHT:

Wir Menschen sind Verdrängungskünstler*innen, nehmen Bedrohungen erst wahr, wenn wir diese am eigenen Leib verspüren und blenden Widersprüche aus, wenn diese nicht in unser Komfortschema passen. In der Psychologie spricht man von „kognitiven Dissonanzen". Zudem gewöhnen wir uns an Horrormeldungen, nehmen diese zur Kenntnis und gehen zum gewohnten Alltag über.

Wir verändern unser Verhalten nur, wenn unmittelbare Gefahr droht, und tun uns schwer, zukünftige Gefahren zu antizipieren. Angesichts der Größe der Herausforderungen besteht die Gefahr des Kopf-in-den-Sand-Steckens. Nach dem Motto: Wenn schon alles den Bach runtergeht, dann jetzt noch gut leben. Und bei rationaler Überlegung erkennen wir, dass die Veränderung unseres Verhaltens nur dann Erfolg hat, wenn sich alle anderen auch verändern müssen. Nur wenn wir diese Hürden reflektieren, besteht die Chance, nicht nur klüger zu werden, sondern auch die Einsicht zu gewinnen, dass es trotz der eigenen beschränkten Handlungsmöglichkeiten Sinn macht, diese auszuloten und zu nutzen.

Die Transformationsforschung bietet unterschiedliche Ansätze:
Wir lernen durch Nachahmung, was die Rolle von Change Agents bzw. Pionier*innen des Wandels betont. Wir lernen aus Fehlern bzw. Katastrophen, was deren Reflexion erfordert. In gewisser Weise lernen wir auch aus Einsicht, wenn die Notwendigkeit von Veränderungen für alle einsichtig vermittelt wird und diese alle zu gerechten Anteilen treffen – Stichwort „Just Transition". Und wir lernen, wenn uns neue Regeln dazu anhalten. Ich spreche von fünf sich wechselseitig bestärkenden Ebenen: dem Wissen (Information), dem Sollen (neue kollektive Werte), dem Wollen (intrinsische Motivation), dem Können (die richtigen Anreize und Kompetenzen) und dem Müssen (die richtigen Gesetze).

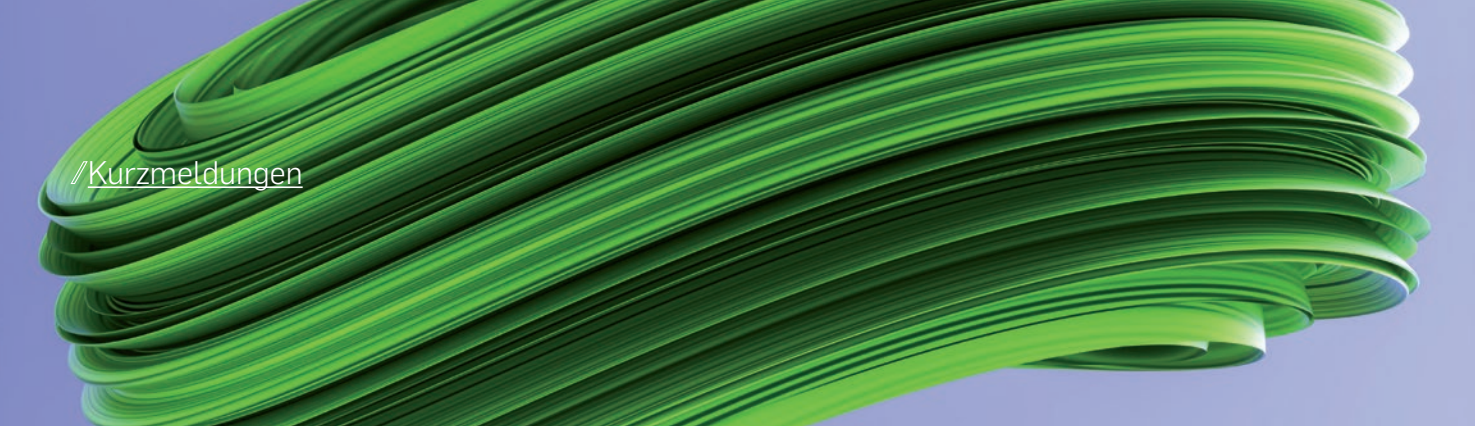
DIE GUTE NACHRICHT:

Änderung wird möglich, wenn an vielen Stellen Neues erprobt wird, gleichsam Zukunftslabore entstehen, deren Häufigkeitsverdichtung eine kritische Masse erzeugt. Änderung wird möglich, wenn sich die Rahmenbedingungen ändern. Neue Normen führen zu neuen Routinen. Etwa beim Ernährungsverhalten oder der Mobilität.

Aber was kann ich als einzelne*r Bürger*in oder als einzelnes Unternehmen ausrichten?
Diese Frage steht oft im Raum. Wichtig ist, den eigenen, in der Tat immer beschränkten Handlungsraum in eine größere Gesamtstrategie einzuordnen. Wir brauchen bewusste und engagierte Menschen in allen Gesellschaftsbereichen und auf allen Ebenen. Menschen, die ihr Unternehmen nachhaltig ausrichten, die ihr Konsum- und Mobilitätsverhalten verändern, die bereit sind, in die Politik zu gehen, sich in Verbänden, Interessensvertretungen oder Nichtregierungsorganisationen zu engagieren. Gutes tun und darüber reden ist noch immer ein wirksames Mittel, andere zum Mittun zu bewegen. Zudem brauchen wir eine Erneuerung und Rehabilitierung des Politischen – denn in jedem Gemeinwesen ist es die Politik, die verbindliche Regeln setzt. Derzeit kein leichtes Unterfangen, da hier viel Porzellan zerschlagen wurde. Aber es führt kein Weg daran vorbei – von der kommunalen bis zur globalen Ebene. ■

Hans Holzinger ist Autor des JBZ-Arbeitspapieres „Wann lernen Gesellschaften?", das unter www.jungk-bibliothek zum kostenlosen Download zur Verfügung steht.

Fotos: Heyerlein; Carmen Bayer



Unternehmen können SDG-Patenschaft übernehmen

Das RCE Vienna an der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) will mit einem neuen Angebot – einer SDG-Patenschaft – die sozial-ökologische Transformation unterstützen. Unternehmen haben die Chance, die für sie relevanten SDGs mit Studierenden und Lehrenden von sieben Universitäten zu bearbeiten. So sollen innovative Lösungen für Fragestellungen aus der unternehmerischen und gesellschaftlichen Praxis gefunden und öffentlichkeitswirksam präsentiert werden. Christian Rammel, Leiter des RCE Vienna: „Durch die Teilhabe am aktuellen Nachhaltigkeitsdiskurs sowie die Vernetzung von unterschiedlichsten Pionieren aus Wirtschaft und Gesellschaft entsteht großes Potenzial, die individuell notwendigen Schritte zur Erreichung der Sustainable Development Goals ein Stück weit gemeinsam zu gehen." Die SDG-Patenschaften werden auf drei Jahre eingegangen. Kosten: 50.000 €/Jahr. **Kontakt: s-challenge@wu.ac.at**

Fehler bei der Werbekennzeichnung auf Social Media vermeiden

Social-Media-Kanäle werden von Influencer*innen immer stärker dazu genutzt, um Werbekooperationen zu präsentieren. Sowohl Follower*innen als auch Influencer*innen ist dabei häufig nicht klar, ob und welche Form der gesetzlich vorgeschriebenen Kennzeichnung zum Einsatz kommen muss. Die Folge: Postings, denen ein Gegengeschäft zugrunde liegt, sind unzureichend oder gar nicht gekennzeichnet. Mit dem „Influencer*innen-Check" bietet der PR-Ethik-Rat Influencer*innen eine praktische und unkomplizierte Hilfestellung. Mittels weniger Fragen wird geklärt, ob und wie eine Kennzeichnung erfolgen soll, um eine transparente und verantwortungsvolle Kommunikation mit dem Publikum zu ermöglichen.
Der Influencer*innen-Check ist unter www.influencercheck.at bzw. www.influencerinnencheck.at erreichbar.

Flexibilität bei Benefits macht Arbeitgeber*innen attraktiver

Benefits sollten an Mitarbeiter*innen und deren Bedürfnisse angepasst werden. Das mache Arbeitgeber*innen attraktiver, zeigt eine Studie von Kienbaum Österreich. Home-Office-Regelungen, Essensgutscheine, subventionierte Kantinen sowie eine betriebliche Altersvorsorge sind die am meisten nachgefragten Benefits auf Seiten der Arbeitnehmer*innen. Akademiker*innen und Arbeitnehmer*innen der Generation X interessieren sich vermehrt für Sabbaticals und Weiterbildungszuschüsse. Arbeitnehmer*innen mit Pflichtschul-, Lehr- oder einem berufsbildenden mittleren Schulabschluss fragen eine betriebliche Altersvorsorge überproportional oft nach. Geschäftsführer Alfred Berger: „Es ist der Wunsch der Arbeitnehmer*innen, entweder aus fest definierten Benefits-Paketen auswählen zu können oder aber ein individuelles Budget für Leistungen aus einem Benefits-Katalog bzw. für Leistungen externer Anbieter*innen nutzen zu können."
Die Studie können Sie hier downloaden: www.businessart.at/download/9875

Foto: Alex Shuper

BONUS Vorsorge

SICHER, VERANTWORTUNGSVOLL UND NACHHALTIG VORSORGEN

DI Georg Daurer, Vorstand BONUS Vorsorgekasse AG.

Die BONUS Vorsorgekasse AG deckt gemeinsam mit der BONUS Pensionskassen AG und der Concisa Vorsorgeberatung und Management AG alle Aspekte der betrieblichen Altersvorsorge ab. Die BONUS Gruppe befindet sich im Eigentum der beiden Muttergesellschaften Generali Versicherung AG und Zürich Versicherung AG.

Entgeltliche Einschaltung Foto: Martina Draper

Herr DI Georg Daurer, warum ist die BONUS für nachhaltige Unternehmen der richtige Partner in der Altersvorsorge?

Daurer: Aus Verantwortung den Berechtigten gegenüber hat die BONUS schon seit Aufnahme der operativen Tätigkeit in der Veranlagung auf Transparenz und die Einhaltung von ökologischen, ethischen und sozialen Kriterien gesetzt. Wir sehen nachhaltiges Investment auch als einen gesellschaftspolitischen Beitrag und sind absolute Vorreiter in diesem Bereich. Die BONUS Vorsorgekasse wurde zum neunten Mal in Folge mit „Gold" von der Österreichischen Gesellschaft für Umwelttechnik (ÖGUT) ausgezeichnet. Zudem wurden wir bereits als Nachhaltigste Vorsorgekasse Österreichs ernannt und haben wiederholt den MVK Service Award für die beste Kund*innen-Orientierung gewonnen.

Sie haben im Jahr 2011 – gemeinsam mit anderen Kooperationspartnern – den CSR-Circle initiiert und gegründet. Warum?

Der CSR-Circle ist ein offenes b2b-Netzwerk für Menschen, die sich beruflich über die Nachhaltigkeitsthemen austauschen wollen. Wir möchten auch damit einen wichtigen gesellschaftlichen Impuls setzen.

Wie bewerten Sie Ihre Investitionen nach ESG (Environment, Social, Governance) Kriterien?

Die BONUS Gruppe hat eine Monitoring-Plattform entwickelt und implementiert, um die Unternehmen, in die investiert wurde, auch im Hinblick auf ihr ESG-Profil zu bewerten. Die BONUS Pensionskasse und Vorsorgekasse sind Unterzeichner der UN PRI und des UN PRI Montreal Pledge. Wir streben bei jedem Investment an, eine positive Wirkung für die Umwelt, die Gesellschaft und die Anwartschafts- und Leistungsberechtigten zu erzielen.

ABO

DIESES GESCHENK WIRKT NACHHALTIG!

9 x im Jahr Inspiration für einen zukunftsfähigen Lifestyle.

HIER

GLEICH BESTELLEN: WWW.LEBENSART-VERLAG.AT/ABO

Wir reden nicht nur, wir tun auch.

Flotter frei von CO_2. Mit der größten E-Flotte Österreichs.

post.at/nachhaltigkeit

Frei von CO_2 seit 2020 – CO_2 neutrale Zustellung

Die Post ist nicht nur gelb, sondern auch grün. Mit Österreichs größter, bis Ende 2022 über 3.000 Fahrzeuge umfassender E-Flotte, unseren eigenen Photovoltaikanlagen und Grünraumkonzepten reden wir nicht nur von Nachhaltigkeit, sondern leben sie auch.
#zusammenbringen

Diese Anzeige ist CO_2 neutral.