

„Wir brauchen die Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung“



Christian Hochfeld, stellvertretender Geschäftsführer am Öko-Institut.

„CSR kann Vorteile für den Standort Deutschland bringen“, heißt es in einem Papier zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen, das der Rat für Nachhaltige Entwicklung im September 2006 herausgegeben hat. „Das wird aber nicht im Selbstlauf geschehen“, schreiben die Autoren und geben Empfehlungen an die Bundesregierung und die Wirtschaft. Wie sieht die Situation in den Unternehmen ein gutes Jahr später aus? eco@work hat Christian Hochfeld, Unternehmensexperte und stellvertretender Geschäftsführer am Öko-Institut, dazu befragt.

täten, damit der notwendige Wandel für eine nachhaltige Entwicklung gelingt. Nur das kann in Zukunft noch der Maßstab der Bewertung sein.

Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit eine Nachhaltigkeitsstrategie in den Unternehmen auch wirklich greift?

Führende Unternehmen sehen Umweltschutz und soziale Verantwortung als strategischen Bestandteil des Kerngeschäfts. Unternehmensführung und Top-Management sind dann überzeugt, dass Nachhaltigkeit und CSR mittel- und langfristig den Geschäftserfolg bestimmen. Unternehmerische Chancen entstehen meist dann, wenn die Unternehmen über Innovationen und mit ihrem Produktportfolio darauf abzielen, die Probleme des Klimaschutzes zu entschärfen und zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Woran liegt es, dass die gesellschaftliche Verantwortung nicht überall in den Unternehmen integriert ist?

Bei Unternehmen, die das Thema Umweltschutz und Nachhaltigkeit nur als ein „Klotz am Bein“ sehen und nur Kosten im Blick haben, funktioniert es natürlich nicht. Die fehlende Einsicht beim Top-Management gehört zu den größten Hindernissen. Dabei ist aus unserer Sicht klar, dass in Zukunft kein Unternehmen mehr an diesem Thema vorbei kommen wird und wir brauchen die Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung!

Was kann die Politik tun, damit sich CSR flächendeckend durchsetzt?

Wir plädieren für eine aktive CSR-Politik in Deutschland und der EU, die eine nachhaltige Entwicklung der Unternehmen fördert, aber auch fordert. Wir brauchen eine Politik, die einen Wettbewerb für nachhaltige Unternehmen und Produkte beispielsweise nach dem Top-Runner-Prinzip fördert, aber auch die Regulierung als weitere Lösung in der Hinterhand behält. Gleichzeitig benötigen wir mehr Klarheit über die realen Beiträge der Unternehmen und finden es auch wichtig, neben den Besten auch die „Schwarzen Schafe“ zu benennen.

Was heißt das?

Wir sehen heute eine starke Diskrepanz darin, dass einzelne Unternehmen ihre vermeintlichen Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung öffentlich präsentieren. Gleichzeitig verhindern sie aber mit ihrer Lobbyarbeit, dass die notwendigen politischen Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung über die notwendigen Markttransformationen geschaffen werden. Wir werden uns dafür einsetzen, dass hier mehr Transparenz geschaffen wird, um zwischen den „Treibern“ und dem „Hemmschuh“ unterscheiden zu können. Wo Nachhaltigkeit drauf steht, muss in Zukunft auch Nachhaltigkeit drin sein – ohne politische Mogelpackung.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Christiane Rathmann.

Wenn wir uns die aktuellen Nachhaltigkeitsberichte und die Werbung von großen deutschen Unternehmen gerade zum Klimaschutz anschauen, hat der Leser den Eindruck, es gibt nur noch umweltbewusste und gesellschaftlich verantwortliche Unternehmen. Haben wir schon Grund zu feiern?

Dazu gibt es leider noch keinen Anlass. Die selbst vergebenen Zeugnisse mit überwiegend guten Noten verstellen den Blick darauf, dass bisher nur wenige Unternehmen wirklich realisiert haben, wie die Herausforderungen des Klimaschutzes und einer nachhaltigen Entwicklung in den kommenden Jahren die Rahmenbedingungen des unternehmerischen Handelns verändern werden. So werden Unternehmen nur dann erfolgreich sein können, wenn sie möglichst frühzeitig ihre gesamten Aktivitäten darauf einstellen. Wir gewinnen manchmal das Gefühl, dass die Diskussion zu CSR in Deutschland von den zentralen Herausforderungen ablenkt. Wir brauchen deshalb noch mehr Transparenz in Bezug auf die absoluten gesellschaftlichen Beiträge der unternehmerischen Aktivi-