

„Wenn die Beschäftigten gerne und engagiert arbeiten,
dann ist in puncto Unternehmensentwicklung schon viel getan –
und zwar nachhaltig.“

Irmgard Nolte, neues handeln GmbH

W₂ E₁ R₁ T₂ S₁ C₂ H₂ Ä₆ T₂ Z₃ U₁ N₁ G₂

WENN ALLE GEWINNEN

NACHHALTIGKEIT IN UNTERNEHMEN // Das Thema Nachhaltigkeit hat mittlerweile einen festen Platz in der Wirtschaft und in der öffentlichen Diskussion. Doch was heißt „Nachhaltigkeit“ konkret? Wann wirtschaftet ein Unternehmen nachhaltig? Und warum sollte es sich überhaupt nachhaltigen Prinzipien verschreiben? Nachhaltigkeit – so viel vorweg – ist jedenfalls nicht nur eine Frage der Ökologie, sondern auch der Ökonomie. Und sie ist ein Prozess, der einfach einzuleiten ist und aus vielen Facetten bestehen kann, wie unsere Unternehmensbeispiele zeigen.

Text: Lothar Schmitz
Fotos: Peter Boettcher

Wenn Menschen auf Nachhaltigkeit zu sprechen kommen, wird es schnell grundsätzlich. Ob bei öffentlichen Podiumsdiskussionen, in Fernseh-Talkrunden oder privaten Gesprächen: Es dauert nicht lange, dann ist fürs Zuhören, Abwägen und Voneinander-Lernen kein Platz mehr. Dann wird es ernst.

Das muss nicht sein. „Mir macht Nachhaltigkeit Spaß“, betont Christian Lenz im Gespräch gleich mehrfach. Lenz ist weder Greenpeace-Aktivist noch Moralist oder Weltuntergangsprophet. Lenz ist Unternehmer. 2008 gründete er zusammen mit seinem

Cousin die IKT Lenz GmbH & Co. KG in Bergneustadt, inzwischen beschäftigt er sechs Festangestellte und vier Aushilfskräfte, 2015 wird der Umsatz erstmals die Millionengrenze überschreiten.

So weit, so normal. Auch die Verfahren, mit denen IKT Lenz Pflanzgefäße, Urnen, Trinkbecher, Lebensmittelverpackungen und Spezialteile für die Automobilindustrie fertigen lässt, sind nicht außergewöhnlich: Spritzgießen, Blastechnik, Tiefziehen. Die Maschinen sind sogar dieselben, mit denen sich herkömmliche Kunststoffprodukte herstellen lassen. Die Produkte aber sind ungewöhnlich, weil die meisten von ihnen aus biologischen Rohstoffen bestehen. Folge: Sie belasten nicht die Umwelt, weil sie sich »



„Mir macht Nachhaltigkeit Spaß.“

„Ich will Rohstoffe nutzen,
ohne es später zu bereuen.“

Christian Lenz, IKT Lenz GmbH & Co. KG

» nach Gebrauch zu 100 Prozent in den Naturkreislauf einfügen. Außerdem sind die Rohstoffe nachwachsend. „Dieses Thema wird immer wichtiger, und wir finden derzeit fast jeden Tag neue Kunden“, bekräftigt Christian Lenz.

Lenz' Ziel: Er möchte Kunststoff ersetzen. „Wenn ich eines Tages im Urlaub am Strand liege“, lacht der Unternehmer, „möchte ich nicht meine eigenen, nicht abgebauten Produkte an mir vorbeischwimmen sehen.“ Nachhaltigkeit heißt für Lenz: „Ich will Rohstoffe nutzen, ohne es später zu bereuen.“

Lenz' zweites Ziel: Er möchte die Zahl seiner Produkte, die Zahl der Beschäftigten und den Umsatz steigern, er möchte das Unternehmen fest im Markt etablieren. Auch das heißt für Lenz Nachhaltigkeit. „Was wir tun, muss natürlich profitabel sein“, unterstreicht der Unternehmer, „die schönste Produktidee nützt ja nichts, wenn die Firma, die sie entwickelt hat, pleitegeht.“

Was haben Profitabilität und Nachhaltigkeit miteinander zu tun? Viele Unternehmer werden die Frage für überflüssig halten, für sie ist letztere ohne

erstere gar nicht zu haben. „In der öffentlichen Diskussion taucht dieser Zusammenhang leider viel zu selten auf“, beklagt Dr. Ulrich Soénius, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK Köln. Bei Nachhaltigkeit geht es um Natur- und Klimaschutz, ganz klar. Aber Betriebswirtschaft? „Die Frage, ob sich nachhaltiges Wirtschaften rechnen darf, wird viel zu selten gestellt“, beobachtet Soénius. „Dies verkennt aber völlig die Realität: ohne Gewinn keine Investitionen, ohne Investitionen keine Zukunft, so einfach ist das.“

Drei Verantwortlichkeiten für Betriebe: sozial, ökologisch und wirtschaftlich

Nur langsam dringen Experten wie Professor Dr. René Schmidpeter mit ihrer Argumentation durch. Der Inhaber des Dr.-Jürgen-Meyer-Stiftungslehrstuhls für Internationale Wirtschaftsethik und Corporate Social Responsibility an der Cologne Business School (CBS) wirbt seit Jahren für eine betriebswirtschaftliche Betrachtungsweise des Themas Nachhaltigkeit. Sein Credo: Jedes Unternehmen hat eine soziale, eine

ökologische und eine wirtschaftliche Verantwortung. Will er nachhaltig handeln, dann muss ein Betrieb alle drei Aspekte in Übereinstimmung miteinander bringen (s. Interview Seite 34). Mit anderen Worten: Er muss auch in wirtschaftlicher Hinsicht nachhaltig agieren, sprich: gewinnorientiert.

Ein gutes Beispiel für die tägliche Herausforderung dieses Dreiklangs ist der Transport von Gütern. Die ökologische Extremposition lautet: Nur jede nicht transportierte Ware ist gute Ware. Jede Lkw-Fahrt, die nicht stattfindet, ist zwar grundsätzlich eine gute Lkw-Fahrt. Gut für die Umwelt. Aber schlecht für die Menschen, weil sie dann nicht mehr beliefert würden. Und schlecht für den Unternehmer, weil er seine Firma dann schließen und die Mitarbeiter entlassen müsste.

Willi Kellershohn schließt seine Firma aber nicht, im Gegenteil: Die Geschäfte der Spedition Kellershohn GmbH & Co. KG laufen gut. Vor allem weil die zehn Lkws gut laufen, sprich: viel unterwegs sind. Sie verbrauchen knapp unter 30 Liter Diesel pro 100 Kilometer und stoßen pro Liter etwa zweieinhalb Kilogramm CO₂ aus. Dagegen, dass die Lkws rollen, kann und will Kellershohn nichts tun – das wäre das Ende der Firma und damit das Gegenteil wirtschaftlicher Nachhaltigkeit. Er kann aber andere Faktoren beeinflussen – und das tut er.

Zum einen lernen die Fahrer intensiv, verbrauchsarm zu fahren. Zum anderen rollen die Lkws der Lindlarer Spedition nicht um jeden Preis. „Wir vermeiden Leerfahrten“, erläutert Kellershohn, „außerdem schlagen wir Miniaufträge für den eigenen Fuhrpark aus, wenn sie sich nicht effizient mit anderen Aufträgen kombinieren lassen, und vermitteln sie an Kollegen.“ Außerdem konnte er den Stromverbrauch in Lager und Büros durch intelligente Beleuchtungssteuerung und sparsame Leuchtmittel deutlich senken.

Nachhaltigkeit und Ökonomie passen tatsächlich oft zusammen

Tatsächlich passen Nachhaltigkeit und Ökonomie häufig zusammen – viel häufiger, als es diejenigen wahrhaben wollen, die rein ökologisch argumentieren, aber auch häufiger, als es immer noch vielen Unternehmerinnen und Unternehmern bewusst ist.

Für Maryo Fietz ist die Sache klar: „Wir sind schon aus wirtschaftlichen Gründen bemüht, unsere Wegwerfquote so gering wie möglich zu halten“, betont der Unternehmer aus Burscheid. Die Fietz GmbH fertigt komplexe Kunststoff-Funktionsteile, die in der Dichtungstechnik und vielen weiteren Anwendungen – von der Automobilindustrie bis zum Maschinenbau – zum Einsatz kommen. Die Recyc- »

IHKplus INFORMATION

„NACHHALTIGKEIT“ – WAS HEISST DAS KONKRET?

Der Begriff ist viel älter, als mancher vielleicht vermutet. „Nachhaltigkeit“ lässt sich mutmaßlich in einem Text aus dem Jahr 1713 nachweisen, knapp 50 Jahre später findet sich das Wort in einer Anordnung der Herzogin Anna Amalia. In beiden Fällen geht es um Waldnutzung.

In den vergangenen Jahren ist der Begriff „in das mediale Feuerwerk der Reklamesprache geraten“, wie Ulrich Grober in seinem Buch „Die Entdeckung der Nachhaltigkeit – Kulturgeschichte eines Begriffs“ schreibt. Eine verbindliche und alles umfassende Definition von Nachhaltigkeit gibt es jedenfalls nicht. Die bekannteste Formel lautet: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, welche die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generation befriedigt, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“ So steht es im Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen von 1987.

In „Gablers Wirtschaftslexikon“ heißt es mit Bezug auf die Wirtschaft ganz ähnlich: „Das in der Forstwirtschaft seit Jahrhunderten angewandte Prinzip der Nachhaltigkeit ist (...) als Art des Wirtschaftens zu bezeichnen, bei welcher derzeitige Bedürfnisse befriedigt werden, ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlagen zu entziehen (Sustainable Development). Kennzeichnung durch langfristig orientiertes Denken und Handeln, um ein Fließgleichgewicht der natürlichen Ressourcen zu erreichen.“

IHKplus VERANSTALTUNGSREIHE

NACHHALTIGKEIT UND ÖKONOMISCHER ERFOLG

Die IHK Köln startet in Zusammenarbeit mit der Cologne Business School eine neue Veranstaltungsreihe, in der es darum geht, Produkte, Geschäftsmodelle und Fachkräftegewinnung anders zu denken – nämlich unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit. In vier kostenlosen Workshops geben Praktiker und Experten Tipps und unternehmerische Erfahrungen weiter, die zeigen, dass Nachhaltigkeit und ökonomischer Erfolg Hand in Hand gehen können.

• **Workshop I:** Nachhaltige Produkte und nachhaltige Produktion als Erfolgsfaktoren der Zukunft

Fachliche Leitung: Prof. Dr. Torsten Weber, Cologne Business School
3. März 2015, 16:30-19:00 Uhr, IHK Köln

• **Workshop II:** Wie viel Nachhaltigkeit kann sich ein Unternehmen leisten? – Nachhaltige Beschaffung und Wertschöpfung

Fachliche Leitung: Prof. Dr. Elisabeth Fröhlich, Cologne Business School
22. April 2015, 16:30-19:00 Uhr, IHK Köln

Die beiden anderen Workshops finden im zweiten Halbjahr 2015 statt; „IHKplus“ wird darüber rechtzeitig informieren. Moderiert werden die vier Workshops von Prof. Dr. René Schmidpeter (s. Interview Seite 34).

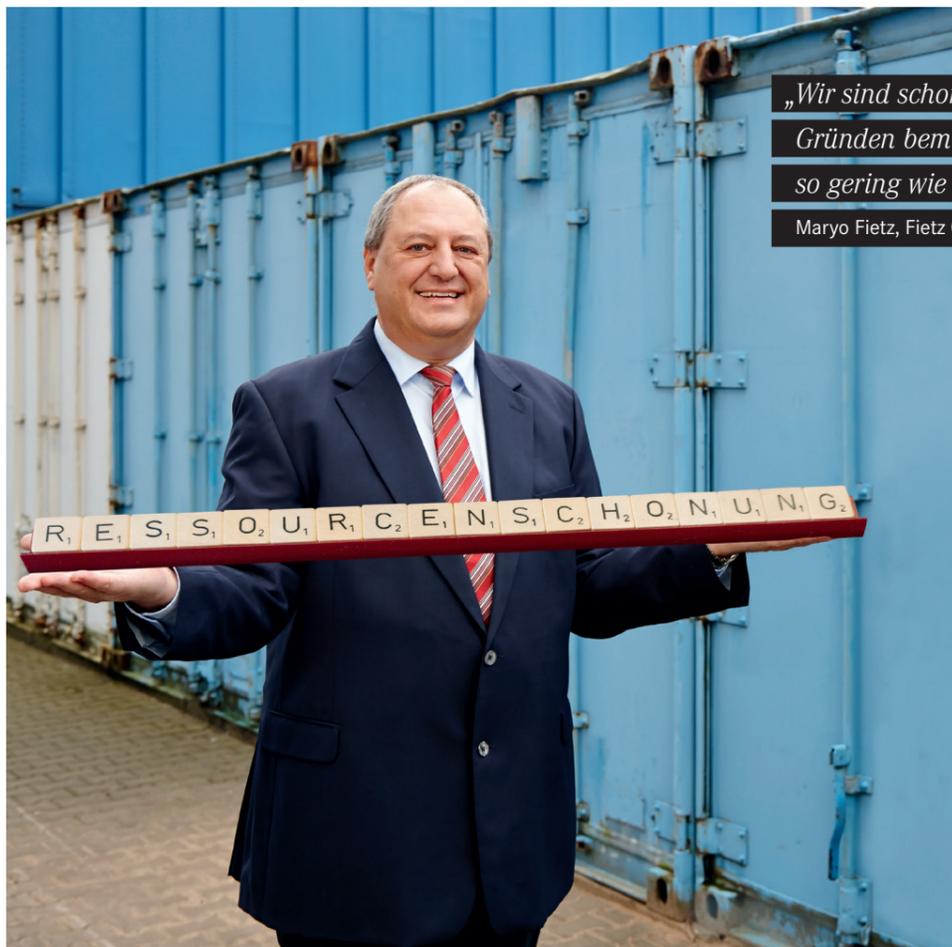
www.ihk-koeln.de, Dok.-Nr. 90819

» lingquote beträgt inzwischen 40 Prozent – und bei einfachen Kunststoffen, denen keine Kohlefasern oder andere Spezialmaterialien beigefügt sind, sogar 100 Prozent.

Von den Kunststoffabfällen, die bei der Produktion entstehen, liefert das Unternehmen einen Teil an die Zementindustrie, die ihn als Sekundärrohstoff nutzt. Immerhin. Lieber ist es Maryo Fietz jedoch, wenn Material erhalten bleibt. Deshalb unterhält er engen Kontakt zu einem Geschäftspartner, der in Bayern eine Pilotanlage zur Zerlegung von Kunststoffabfällen in Monomere errichtet hat. „Das ist kein Downcycling“, erklärt Fietz, „sondern die gewonnenen Bestandteile sind von erstklassiger Qualität und können erneut in der Produktion hochwertiger Ausgangsstoffe eingesetzt werden.“ Die Anlage kann sogar Verbundstoffe zerlegen – eine sortenreine Trennung vorausgesetzt. Dafür hat Fietz im eigenen Werk die Voraussetzungen geschaffen.

Der Erfolg für die Umwelt ist auch ein Erfolg für die Unternehmensbilanz: Ein Viertel des Produktionsabfalls ist gar kein Abfall, sondern wird in neue Rohstoffe umgewandelt, also dem Kreislauf wieder zugeführt. Das senkt die Entsorgungskosten.

Auch Michael Wisniewski hat sich Gedanken über Ressourcenschonung gemacht. In Zeiten knapper werdender Rohstoffe und steigender Energiepreise begab sich der Geschäftsführer der Bornemann GmbH schon vor sechs Jahren auf die Suche nach Einsparmöglichkeiten. Beim Thema Heizung wurde er fündig. Beim Umzug seiner Firma von Remscheid nach Wermelskirchen 2008 ergriff er die Gelegenheit, das Unternehmen mit einer neuen Heizungsanlage fit für die Zukunft zu machen. Die Idee: Weshalb die Abwärme, die beim Kühlen von Maschinen entsteht, ableiten, wenn sie sich auch nutzen lässt, um die 2.000 Quadratmeter umfassende Werkshalle zu heizen? »



„Wir sind schon aus wirtschaftlichen Gründen bemüht, unsere Wegwerfquote so gering wie möglich zu halten.“

Maryo Fietz, Fietz GmbH

„CRADLE ZU CRADLE“: VON DER WIEGE ZUR WIEGE

Interview mit Prof. Dr. Michael Braungart, Lehrstuhl für Cradle to Cradle Innovation und Qualität, Rotterdam School of Management



Eine Welt ohne Abfall – daran arbeitet Professor Michael Braungart. Der Chemiker und Verfahrenstechniker entwickelte 2002 zusammen mit dem US-Designer William McDonough das „Cradle to Cradle“-Konzept – übersetzt: „Von der Wiege zur Wiege“. Es beschreibt eine Form zyklischer Ressourcennutzung, in der Produktionsweisen am Erhalt geschöpfter Werte ausgerichtet sind; ein Modell, in dem alle Materialien in geschlossenen biologischen oder technischen Kreisläufen fließen. Braungart ist unter anderem Gründer und wissenschaftlicher Geschäftsführer der EPEA Internationale Umweltforschung GmbH in Hamburg und lehrt an der Rotterdam School of Management.

nicht verschrottet, sondern es ist so konstruiert, dass sich sämtliche Materialien wieder voll einsetzen lassen – oder biologisch abbauen.

Das klingt sehr visionär. Ist es nicht extrem anspruchsvoll, aufwändig und teuer, die gesamte Produktion nach diesem Ansatz auszurichten? Muss sich Nachhaltigkeit nicht auch für die Firmen rechnen?

Selbstverständlich. Viele Firmen begehen aber einen entscheidenden Fehler: Sie haben ein Produkt und investieren dann unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten viel Zeit, Energie und Geld in dessen fortwährende Optimierung. Dabei kann aber das Produkt an sich schon falsch sein. Nicht das Falsche zu optimieren, sondern von Anfang an das Richtige zu produzieren, das ist wahre Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit ist umfassende Qualität!

Ein äußerst anspruchsvoller Weg. Wie können vor allem kleine und mittlere Unternehmen diesen Weg einschlagen?

Ich halte zum Beispiel die IHKs für einen sehr wichtigen Mittler auf diesem Weg. Sie könnten – wie es derzeit beispielsweise in Bielefeld überlegt wird – Modellregionen etablieren, in denen die Firmen voneinander lernen, aufeinander aufbauen und mit anderen Akteuren

Text: Lothar Schmitz

Foto: Firmenfoto

IHKplus: Herr Professor Braungart, an energie- und ressourcenschonendem Wirtschaften führt in Unternehmen heute kein Weg mehr vorbei, schon aus Kostengründen. Ihrer Auffassung nach reicht das aber nicht aus, um wirklich nachhaltig zu agieren.

Prof. Michael Braungart: Das traditionelle Verständnis von Nachhaltigkeit macht den Kunden zum Feind: Willst du dieses Produkt wirklich haben? Denk' an den ökologischen Fußabdruck! Im Extremfall lautet der Appell: Du kaufst dieses Produkt am besten gar nicht. Das ist ökonomisch vollkommen sinnlos. Mir geht es darum: Wie schaffen wir es, endlich den Modus der Weltuntergangsdiskussionen der vergangenen 40 Jahre zu verlassen und uns ganz auf Innovation und Qualität zu konzentrieren?

Weshalb?

Ein Produkt, das irgendwann zu Abfall wird, ist ein schlechtes Produkt. Innovation und höchste Qualität – das ist wahre Nachhaltigkeit!

Also die viel zitierte Miele-Waschmaschine, die 30 Jahre lang fehlerlos läuft?

Nein, ganz und gar nicht. Nicht Langlebigkeit ist das Entscheidende, sondern eine konkret definierte Nutzungsdauer. Innerhalb derer muss das Produkt einwandfrei funktionieren – Stichwort:

„Ein Produkt, das irgendwann zu Abfall wird, ist ein schlechtes Produkt. Innovation und höchste Qualität – das ist wahre Nachhaltigkeit!“

Qualität. Gleichzeitig arbeitet das Unternehmen fieberhaft an echten Innovationen, etwa im Verbrauch oder der Materialverwertung. Nach acht bis zehn Jahren zum Beispiel hat das Produkt ausgedient und wird durch ein besseres ersetzt. Aber: Das Altprodukt wird nun

vernetzen können. Außerdem empfiehlt sich eine frühzeitige und enge Kooperation mit Hochschulen. Die IHK Köln bringt meines Wissens schon jetzt sehr intensiv Wirtschaft und Wissenschaft zusammen. Davon profitieren auch kleine Betriebe.

NACHHALTIGKEIT IST BETRIEBSWIRTSCHAFTLICH KLUG

Interview mit Prof. Dr. René Schmidpeter, Cologne Business School



Professor Dr. René Schmidpeter möchte die separaten Betrachtungen des Themas Nachhaltigkeit zusammenbringen. So relevant die ökologische und soziale Sichtweise auch sein mögen – sie sind nicht die einzigen, erklärt der Inhaber des Dr. Jürgen Meyer Stiftungslehrstuhls für Internationale Wirtschaftsethik und Corporate Social Responsibility an der Cologne Business School. Schmidpeter integriert auch die unerlässliche betriebswirtschaftliche Perspektive und bietet damit ein Modell an, das der Unternehmenswirklichkeit ebenso gerecht wird wie Umwelt und Gesellschaft.

obachten wir aber enorme politische und gesellschaftliche Veränderungen: Die Verbraucher werden kritischer, die Rohstoffe verknappen, die Finanzmärkte geraten ins Schwanken, die Politik leitet die Energiewende ein, die Spielräume für Unternehmen, Kosten auf die Gemeinschaft abzuwälzen, werden immer enger. Wenn Sie Ihr Geschäftsmodell nicht frühzeitig anpassen, indem Sie solche Veränderungen einkalkulieren, dann gehen Sie ein enormes Risiko ein. Im Extremfall gefährden Sie den Bestand Ihres Unternehmens!

Was raten Sie also den Unternehmerinnen und Unternehmern?

Vertrauen ist inzwischen zu einem enormen Wirtschaftsfaktor geworden! Wer das Vertrauen von Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Politik oder Öffentlichkeit verspielt, indem er sein Handeln auf nur eine Perspektive verkürzt, agiert nicht nach-

viel Geld zu spenden, sondern bei jeder unternehmerischen Handlung alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit im Blick zu behalten. Auch wirtschaftlich muss ein Unternehmen nachhaltig handeln!

„Ein Unternehmen handelt dann nachhaltig, wenn es die ökologische, die soziale und die ökonomische Perspektive in Übereinstimmung bringt und zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell vereint.“

Was bedeutet das genau?

Ein Unternehmen handelt dann nachhaltig, wenn es die ökologische, die soziale und die ökonomische Perspektive in Übereinstimmung bringt und zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell vereint.

Und wenn ich die Ökologie und die Gesellschaft zugunsten des Profits vernachlässige?

Das können Sie eine Zeitlang tun. Ich rate aber zur Vorsicht: Der gegenwärtige Geschäftserfolg, die aktuelle Bilanz spiegeln stets die Vergangenheit wider. Gerade in den vergangenen Jahren be-

halten. Positiv gesprochen: Nachhaltigkeit ist schlicht und ergreifend nichts anderes als betriebswirtschaftlich, unternehmerisch kluges Handeln. Wenn Sie dabei alle drei Perspektiven beachten, wenn Sie soziale, ökologische und ökonomische Veränderungen in Ihrem Geschäftsmodell berücksichtigen und dieses kontinuierlich den Veränderungen anpassen, dann sichern Sie Ihr Unternehmen – und schaffen dauerhaft einen Mehrwert für sich selbst, für Kunden und Mitarbeiter sowie für Natur und Gesellschaft.

Text: Lothar Schmitz
Foto: Firmenfoto

IHKplus: Herr Professor Schmidpeter, schonend mit Ressourcen umzugehen und die Natur nicht auszubeuten, Gutes zu tun und bei unseren Handlungen die nachfolgenden Generationen im Blick zu haben – das alles sollte doch selbstverständlich sein und nicht unter Kostenvorbehalt stehen. Weshalb fordern Sie, dass sich Nachhaltigkeit rechnen muss?

Prof. René Schmidpeter: Als Privatperson steht es Ihnen frei, Geld für soziale Zwecke zu spenden oder sich für ein Elektroauto zu entscheiden, selbst wenn es teurer als ein vergleichbares Modell mit Verbrennungsmotor ist. Auch Unternehmer können als Privatleute so handeln. In ihrer Rolle als Unternehmer hingegen tragen sie nicht nur eine Verantwortung gegenüber Natur und Gesellschaft, sondern auch eine wirtschaftliche Verantwortung. Nachhaltigkeit heißt in diesem Zusammenhang nicht, möglichst

„Nachhaltigkeit heißt für mich,
mit der Zeit zu gehen,
die Menschen mitzunehmen,
die Umwelt zu entlasten.“

Michael Wisniewski, Bornemann GmbH



» „Die Anlage funktioniert wie eine umgekehrte Wärmepumpe“, erläutert der Unternehmer, „sieben Maschinen sind direkt mit der Heizung verbunden. So lassen sich mithilfe der Abwärme, die bei der Produktion entsteht, Heizkraft und Warmwasser erzeugen.“ 80 Prozent der früheren Heizkosten spart der Betrieb mit dieser Technologie! „Zuletzt hatten wir nur 1.500 Euro Heizkosten – im gesamten Jahr 2013“, freut sich Wisniewski. Die Bornemann GmbH hat sich auf die Kennzeichnung und Veredelung der Produkte ihrer Kunden spezialisiert, spricht: auf Signiertechnik. Das Unternehmen mit 25 Beschäftigten stellt zum Beispiel Prägwerkzeuge für die Einstiegsleisten vieler Pkw-Modelle, Prägwalzen etwa für Damenbinden und Prägstempel für Bierfässer her und befasst sich außerdem mit Laserbeschriftung und Werkzeugbau. Und Nachhaltigkeit. Wie Wisniewski bei der Veranstaltung „Nachhaltig wirtschaften – von der Idee zur Umsetzung“ im November in der IHK Köln vor 120 Teilnehmern ausführte, bedeutet Nachhaltigkeit für ihn: „mit der Zeit zu gehen, die Menschen mitzunehmen, die Umwelt zu entlasten“.

Ressourcen schonen und die Gesundheit der Beschäftigten fördern

Da ist sie wieder, die dreifache Verantwortung des Unternehmers: die soziale (die Menschen mitnehmen), die ökologische (die Umwelt entlasten) und die wirtschaftliche (mit der Zeit gehen). Deshalb belässt es Bornemann nicht bei der Ressourcenschonung, sondern wendet sich auch den Menschen zu, spricht: den Beschäftigten. Das kleine Unternehmen hat ein Gesundheitsmanagement eingeführt, bietet den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kosten-

IHKplus KONTAKT

Nachhaltigkeit im Unternehmen

Ansprechpartnerin:

Claudia Betzing
Tel. 0221 1640-420
claudia.betzing@koeln.ihk.de



Ansprechpartner:

Dr. Ulrich S. Soénus
Tel. 0221 1640-400
ulrich.soenus@koeln.ihk.de



IHKplus MEINUNG

NACHHALTIGKEIT: EINE GROSSE UNTERNEHMERISCHE CHANCE

Ulf Reichardt, Hauptgeschäftsführer der IHK Köln

Die Wirtschafts- und Finanzmarktkrise hat der Glaubwürdigkeit marktwirtschaftlicher Ordnungen geschadet. Individuelles Fehlverhalten und kontroverse öffentliche Debatten haben in der Gesellschaft einen Vertrauensverlust gegenüber Wirtschaft und Politik hervorgerufen. In der Folge hat auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene die sozial, ökologisch und ökonomisch verantwortungsvolle Unternehmensführung erheblich an Bedeutung und Aufmerksamkeit gewonnen.

Die einen sprechen vom Leitbild des ehrbaren Kaufmanns, die anderen von Nachhaltigkeit oder Corporate Social Responsibility (CSR). Falsch wäre zu sagen, es sei alles dasselbe. Richtig aber

ist, dass die Begriffe jeweils einen bestimmten Blick auf die Dinge beschreiben.

Die IHK Köln möchte mit Veranstaltungen, Workshops und Veröffentlichungen dahingehend überzeugen, dass Nachhaltigkeit keine lästige Pflichtaufgabe ist, sondern eine große unternehmerische Chance bietet, um die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit zu stärken und so die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Fachkräftemangel, steigende Rohstoffpreise, verändertes Verbraucherverhalten, internationaler Wettbewerbsdruck und öffentliche Aufmerksamkeit erfordern andere betriebswirtschaftliche Ansätze. Wir wollen Mut machen und motivieren, dass Nachhaltigkeit und ökonomischer Erfolg

Hand in Hand gehen können und sollten.

Dieser Aufgabe werden wir uns als IHK Köln in Zukunft noch stärker stellen und auch die Zusammenarbeit mit Hochschulen suchen. Ich würde mich freuen, wenn wir das Wissen aus Wirtschaft, Forschung und Lehre noch enger vernetzen und durch Kooperation die Unternehmen in unserer Wirtschaftsregion zielgerichteter adressieren könnten. Darüber hinaus ist uns wichtig – und dafür setzen wir uns auch in Brüssel ein –, dass CSR so freiwillig wie möglich bleibt. Wir verfolgen eher den Ansatz, durch Vorbilder und nachahmenswerte Beispiele zu motivieren.



» loses Fitness- und Rückentraining, Betriebssport und teambildende Maßnahmen an. „Gesunde und motivierte Mitarbeiter – auch das ist nachhaltig“, findet Wisniewski. Und betont, dass sich auch diese Maßnahmen rechnen: „Für einen Euro Investment in kluge Gesundheitsmaßnahmen bekomme ich zwei Euro durch geringere Fehlzeiten zurück.“

Nachhaltige Personalentwicklung durch Wertschätzung und Verlässlichkeit

Mächtig in Schwung gekommen ist auch die Belegschaft der Gebrüder Ahle GmbH & Co. KG. Der Spezialist für Bremsspeicher- und Tragfedern aus Lindlar hat das Gesundheitsmanagement für seine rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so perfektioniert, dass er vor einigen Monaten mit dem Gesundheitspreis der Krankenkasse AOK und des Kölner Instituts für Betriebliche Gesundheitsförderung BGF ausgezeichnet wurde. Ein derartiges System finde man sonst nur in großen Unternehmen, befand die Jury.

Zwischen dem Beginn eines systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagements und der Auszeichnung sind allerdings sieben Jahre vergangen. Sieben Jahre mit erheblichen Investitionen, ohne kurzfristige Rendite. „Nachhaltig heißt für uns langfristig“, erklärt Götz Peter Ander, technischer Geschäftsführer, „heißt, etwas länger und intensiver zu machen als nur einen Sommer.“ Das Familienunternehmen aus dem Oberbergischen ist stolz auf die geringe Fluktuation der Beschäftigten – und tut etwas dafür. Dass die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bleiben. Und dass sie, die ja immer älter werden, auch bleiben und mit steigendem Alter viel leisten können und wollen.

Gesundheitsmanagement rechne sich nicht kurzfristig, den Effekt spüre man erst nach ein paar Jahren, weiß Ander. „Aber als Familienunternehmen tragen wir Verantwortung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, betont der Geschäftsführer, „und zwar nachhaltig.“

Es geht um Wertschätzung. Das Thema ist Irmgard Nolte besonders wichtig, eine umsichtige, nachhaltige Personalpolitik ein zentrales Anliegen. „Humanressource Mensch – dieser Begriff geht gar nicht“, stellt die Geschäftsführerin der Kölner Kommunikationsagentur neues handeln GmbH fest, der Begriff spiegelt einen einseitigen unternehmerischen Ansatz wider – den der Gewinnmaximierung.

„Natürlich muss ein gutes Unternehmen das eigene Wachstum im Blick haben“, konstatiert Nolte, „aber bitteschön organisch.“ Und dazu gehört für die Unternehmerin der fortwährende Blick auf die Menschen, die Beschäftigten. „Wenn sie gerne und engagiert arbeiten, dann ist in puncto Unternehmensentwicklung schon viel getan“, lautet ihre Erfahrung, „und zwar nachhaltig.“

Also setzt Neues Handeln auf gleiche Entlohnung von Frauen und Männern, auf unkomplizierte Teilzeitmodelle für beide – ob für die Pflege eines Angehörigen, die Betreuung von Kindern oder aus anderen privaten Gründen –, auf Homeoffice-Zeiten und Gesundheitsförderung. „Nachhaltigkeit ist für uns eine Frage der Haltung“, sagt Irmgard Nolte. Und die endet nicht an den Agenturtüren. Wertschätzung und Verlässlichkeit gegenüber freien Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern gehören bei Neues Handeln ebenfalls zum guten Ton.

Allerdings belässt es die Agentur, die viele Ministerien, Stiftungen und Nichtregierungsorganisationen bei der Kommunikation gesellschaftspolitischer Themen unterstützt, nicht bei der sozialen und wirtschaftlichen Verantwortung. Die Ökologie spielt ebenfalls eine wichtige Rolle im Unternehmensalltag. Dienstwagen? Fehlanzeige. Das Unternehmen setzt auf Carsharing. Hochglanzbroschüren? Eigene Publikationen werden lösungsmittelfrei auf Recyclingpapier gedruckt. Und die Energie? Ökostrom.

„Das alles“, versichert die Unternehmerin, „zahlt sich auch betriebswirtschaftlich aus.“

IHKplus WEITERBILDUNG

„BETRIEBLICHE/-R GESUNDHEITSMANAGER/-IN IHK“

Im Februar startet im Bildungszentrum der IHK Köln ein neuer Lehrgang zur Qualifikation als „Betriebliche/-r Gesundheitsmanager/-in (IHK)“. Die Teilnehmer lernen wichtige Ansatzpunkte für ein nachhaltiges betriebliches Gesundheitsmanagement kennen und entwickeln Strategien zur Begleitung der Beschäftigten. Teil der Abschlussprüfung wird ein echtes Projekt in einem Unternehmen sein.

Am 14. Januar ab 18:30 Uhr findet im Bildungszentrum der IHK Köln (Eupener Straße 157, Köln) ein kostenloser Informationsabend statt.

Informationen und Anmeldung:

Ansprechpartner:

Bernd Leuchter
Tel. 0221 1640-673
bernd.leuchter@koeln.ihk.de

www.ihk-koeln.de, Dok.-Nr. 85821

IHKplus UMFRAGE

NACHHALTIGKEIT IN DER WIRTSCHAFT

Im Auftrag der IHK Köln hat die Kienbaum Management Consultants GmbH aus Gummersbach IHK-Mitgliedsunternehmen zum Thema Nachhaltigkeit befragt. Mehr als die Hälfte dieser Firmen haben weniger als 50 Beschäftigte. Die wichtigsten Ergebnisse:

- Mehr als die Hälfte der Unternehmen haben ihre Nachhaltigkeitsstrategie nicht explizit oder gar nicht formuliert.
- Fast alle Unternehmen halten Nachhaltigkeit für relevant für ihr Geschäftsmodell. Hauptmotiv ist dabei das Erzielen von Wettbewerbsvorteilen.
- 65 Prozent der Unternehmen gehen in Bezug auf Nachhaltigkeit über die gesetzlichen sozialen und ökologischen Anforderungen hinaus.
- Die Unternehmen glauben, dass ihre Kunden Wert auf nachhaltige Produkte legen, aber nicht bereit sind, einen höheren Preis dafür zu bezahlen.
- Bei der Lieferantenauswahl und der eigenen Produktion ist den Unternehmen der Nachhaltigkeitsaspekt sehr wichtig.
- Das Mitarbeiterbewusstsein für Nachhaltigkeit ist in den meisten Unternehmen noch nicht vollends vorhanden.
- Ein nachhaltiges Image in der internen und externen Kommunikation ist den Unternehmen sehr wichtig.

Die vollständigen Ergebnisse gibt es im Internet auf

www.ihk-koeln.de, Dok.-Nr. 90548.

IHKplus
Mitteilungen der Industrie- und Handelskammer zu Köln



FRAGEN SIE NACH DEN
VERLAGSSONDERTHEMEN 2015



ANZEIGENSERVICE
IHKplus

Richmodstraße 6
50667 Köln

Telefon (0221) 29 99 09 30
Telefax (0221) 29 99 09 31

E-Mail: ihkplus@aschendorff.de
Oder im Internet: www.aschendorff.de/media_and_sales

Miele CENTER Die große Miele-Ausstellung in Köln!
IMMER BESSER

Miele-Spezial-Vertragshändler
Miele HARBEKE

0% Finanzierung

- Hausgeräte
- Einbaugeräte
- Gewerbeteknik

Konrad Harbeke OHG
Berliner Str. 1-9 und 12-16
51063 Köln (Mülheim)
Tel.: 02 21/6 71 98-0 Fax: -39
E-Mail: info@harbeke.de
www.harbeke.de

* Für alle Finanzierungsangebote gilt: Effektiver Jahreszins von 0,00% bei einer Laufzeit von 12 Monaten entspricht einem Sollzins von 0,00%. Bonität vorausgesetzt. Partner ist die Commerz Finanz GmbH, Schwanthalerstr. 31, 80336 München. Die Angaben stellen zugleich das 2/3 Beispiel gemäß § 6a Ab. 3 PAngV dar.