

**Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft (Workshop 1)**

Themenpatin des Workshops war Dr. Antje von Dewitz, DBU-Kuratoriumsmitglied und Geschäftsführerin des Unternehmens VAUDE. Sie hob gleich zu Beginn hervor, dass Wirtschaftsunternehmen unheimlich wichtig seien, wenn es darum gehe, ob eine nachhaltige Entwicklung gelinge oder nicht. Einer der größten Fehler, den ein Unternehmen, das sich im Sinne der Nachhaltigkeit entwickeln möchte, machen könne, wäre das Outsourcen des Nachhaltigkeitsthemas. Zielführend sei dagegen, wenn Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen gleichberechtigt mit den Wirtschaftszielen verankert sei und in die Unternehmenskultur einfließe. „Die Mitarbeiter müssen das leben“, so von Dewitz. In patriarchalischen Unternehmensstrukturen könne ein systemischer Ansatz, der soziale, ökonomische und ökologische Aspekte vereine, nicht gelingen.

Die Ursache, dass Ressourceneffizienz in kleinen und mittleren Unternehmen noch nicht ausreichend umgesetzt werde, sah Dr. Christian Lerche, Leiter des Geschäftsfeldes Industrielle Innovationsstrategien am Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung, darin, dass nicht allein technische Lösungen bedacht werden müssten, sondern auch Veränderungen im Management helfen könnten. „Immer noch liegen Potenziale brach insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen, die ihre Möglichkeiten vielleicht gar nicht kennen“ und deshalb unterschätzten, so Lerch.

„Die Gesamtbetrachtung wird dem Verbraucher nicht vermittelt“, kritisierte Edwin Büchter, Gesellschafter und Mitbegründer der Firma cleanLASER, und brachte Beispiele. So sei es wichtig, das Aluminium von Leichtbauautos, wenn sie nicht mehr gebraucht würden, zu sortieren, um ein „Downcycling“, eine Abwertung der recycelten Aluminiumteile, zu vermeiden und so die Qualität zu erhalten. Das wiederum spare nicht nur Material, sondern auch Energie, weil die Gewinnung von Aluminium aus Erzen wesentlich energieintensiver sei. Es ginge darum, Kosten zu minimieren, Nachhaltigkeit zu maximieren und Industrieprozesse zu transformieren.

Der Geschäftsführer des Unternehmens Fairphone, Bas van Abel, sah die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft noch allumfassender: „Everything matters – so you have to change everything.“ Es sei wichtig, die Geschichte und das ganze System hinter einem Produkt zu kennen und zu verstehen. Daher zeigte er Fotos von Minenarbeitern, die in Afrika zur Gewinnung von seltenen Metallen eingesetzt werden, welche auch in Smartphones eingebaut werden. Das seien die Leute, die unter schwierigen Bedingungen viele Meter unter der Erde arbeiteten für Material, das wir meinten zu brauchen, stellte er kritisch dar. Eingangs zeigte er einen Film, der deutlich machte, dass die Zusammenarbeit einer Vielzahl von Menschen erforderlich sei, um einen so einfachen Gegenstand wie einen Bleistift herzustellen. Daran anknüpfend appellierte er: Wenn wir in der Lage seien, so etwas Komplexes zu entwickeln wie ein Smartphone, dann sollten wir auch in der Lage sein, dieses System, das so viele Probleme verursachen würde, zu verändern.

In einem anschließenden Workshop mit offenen Thementischen unterhielten sich die Teilnehmer angeregt und kontrovers darüber, was erforderlich sein wird, damit die Transformation zu einer nachhaltigen Entwicklung in Unternehmen gelingt. Zwei zentrale Stellschrauben sahen die Teilnehmer: Zum einen ginge es darum, die Menschen – und zwar alle, seien es Mitarbeiter von Unternehmen, seien es Konsumenten – miteinzubeziehen. „Man soll Nachhaltigkeit nicht erklären, man soll sie leben“, brachte ein Workshopteilnehmer es auf den Punkt. Wir bräuchten positive Lifestyle-Modelle, die zu nachhaltigem Handeln anreizen. Funktionieren könne das, indem über wertebasierende Kommunikation das Lebensgefühl getroffen würde, indem Geschichten erzählt würden – auch mit Humor. Ein „Missionieren“ sei nicht zielführend. Außerdem brauche ein Kulturwandel authentische Vorbilder, den offenen Diskurs, fachliche Fortbildungen und – ganz wichtig – als notwendige Grundlage: Wertschätzung.

Eine weitere Stellschraube sahen die Teilnehmer auf ökonomischer Ebene. „Einpreisung“ oder – anders ausgedrückt – „wahre“ Preise wären eine Möglichkeit. So könnten sich etwa die Kosten, die ein Produkt bei Herstellung und Entsorgung in sozialer und ökologischer Hinsicht verursache, zum jetzigen Preis addiert werden. Kleine und mittlere Unternehmen sollten außerdem einen wirtschaftlichen Nutzen sehen, zum Beispiel über Managementsysteme. Einen weiteren Impuls lieferte van Abel zum Abschluss des Workshops. Er stellte die Frage, wie wir es erreichen könnten, aus der materialistischen Denk- und Lebensweise herauszukommen.