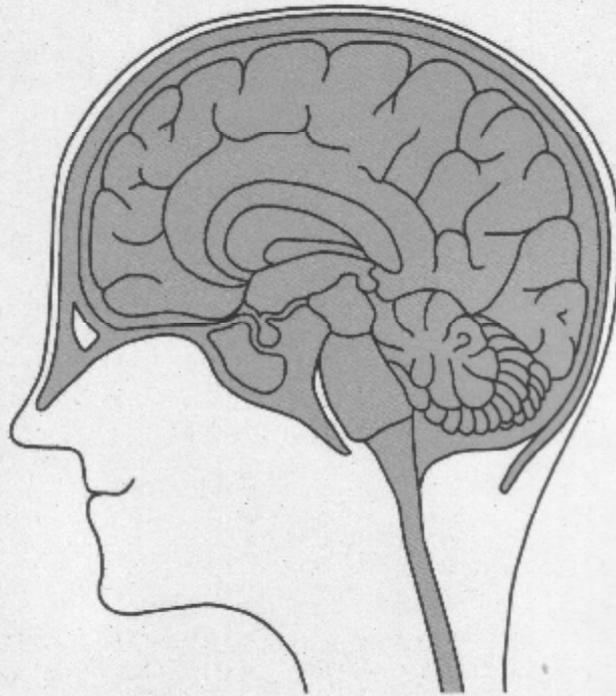


Das Interview



Wer langfristig denkt, denkt nachhaltig

Interview mit
der Energie-Beraterin Renate Brandner-Weiß

Unternehmen kommen heute nicht daran vorbei, nachhaltig zu handeln. Was das konkret für Unternehmen bedeutet und wie Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Unternehmen umgesetzt werden können, erläutert die Energie-Beraterin Renate Brandner-Weiß im Interview.

TIS Paper: Frau Brandner-Weiß, was bedeutet Nachhaltigkeit für Unternehmen?

Am verbreitetsten ist das Verständnis darüber, dass der Nachhaltigkeitsbegriff drei Säulen umfasst: die ökonomische, die ökologische und die soziale. Der Nachteil dieser Definition ist, dass sie unterstellt, dass die drei Säulen eine gleiche Gewichtung haben. Faktum ist aber, dass systemisch gesehen, die Ökologie als Gesamtsystem zu sehen ist, in das Gesellschaft und Wirtschaft integriert sind. Langfristig ist nichts anderes denkbar und daher sollte der ökologische Teil die größte Wertigkeit bekommen, danach sollte der soziale Teil folgen und letztendlich der wirtschaftliche. Vor allem für kleine und mittlere Unternehmen sind ökologische und soziale Aspekte sehr wichtig, denn sie sind extrem abhängig von ihren Mitarbeitern und der ökologischen Versorgung und Sicherheit. Diese beiden wirken wiederum zurück auf die Wirtschaftlichkeit eines Betriebes. Oft sind sich Unternehmen nicht klar, wie abhängig sie von bestimmten, zeitlich begrenzt verfügbaren Stoffen und Energien sind, wie etwa fossilen Brennstoffen. Viele nimmt das Tagesgeschäft so sehr ein, dass strategische Themen kaum Platz finden oder ausgeblendet werden.

TIS Paper: Ihren Schätzungen zu folge, wie weit sind die Betriebe heute, was das Denken in Richtung ökologisch nachhaltiges Wirtschaften anbelangt?

Heute ist nachhaltiges Wirtschaften viel stärker Thema als noch vor einigen Jahren. Katastrophen wie jene in Japan oder der Versorgungstreit um das russische Gas

haben verstärkt zur Bewusstseinsbildung beigetragen. Die Unternehmen verstehen inzwischen, dass sie umdenken müssen, um langfristig überleben zu können. Und wer langfristig denkt, denkt auch nachhaltig. Wichtig ist, dass sich Unternehmen nicht zu viel Zeit lassen, vor allem was die ökologische Nachhaltigkeit betrifft, denn der Energiesektor ist sehr dynamisch und je früher man beginnt, desto besser kann man das aktuell günstige Zeitfenster nutzen. Ich würde Unternehmen daher empfehlen, möglichst bis zum Jahr 2015 viel in erneuerbare Energien und Energieeffizienz zu investieren.

„Faktum ist, dass systemisch gesehen, die Ökologie als Gesamtsystem zu sehen ist, in das Gesellschaft und Wirtschaft integriert sind.“

TIS Paper: Was sind konkret die Vorteile des nachhaltigen Wirtschaftens für Unternehmen?

Der größte Vorteil liegt in der bewussten Verwendung von Energie und damit in der Effizienz. Wollen Unternehmen nachhaltig wirtschaften, also ökologisch, sozial und wirtschaftlich, so müssen sie in erster Linie ihre eigenen Prozesse genau unter die Lupe nehmen: Produktionsprozesse, Personal- und Organisationsentwicklung, Ressourcen, alles wird genau analysiert. Genau hier liegt großes Potential, um die Effizienz innerhalb des Betriebs zu steigern. Ein weiterer Vorteil

liegt in der Kommunikation und im Brandmanagement: Nachhaltiges Wirtschaften tut auch Image und Marke gut. Man sollte den Kunden und Stakeholdern gegenüber kommunizieren, was im Unternehmen getan wird. Daraus ergibt sich eine Chance zur Kundenbindung, etwa in Kombination mit Bürgerbeteiligungsprojekten.

Themen. Vorhandene Kooperationen können um diese neuen Themen erweitert werden. Kooperationen erleichtern einerseits die Umsetzung und andererseits können so die Kosten geteilt werden. Hier kann es sich um Projekte handeln wie etwa die Errichtung erneuerbarer Energieanlagen, die gemeinsam genutzt werden oder gemeinsame Car-

Der größte Vorteil liegt in der bewussten Verwendung von Energie und damit in der Effizienz.

TIS Paper: Unternehmen, die ihr nachhaltiges Tun verstärkt für PR-Methoden nutzen, wird oft vorgeworfen, sich lediglich ein „grünes Mäntelchen“ umhängen zu wollen. Wie kann der Spagat zwischen dem Kommunizieren der nachhaltigen Aktivitäten und dieser „Greenwashing“-Gefahr bestmöglich gemeistert werden?

Wichtig ist, dass man in der Kommunikation ehrlich und konkret ist. Man sollte aufzeigen, was gerade in diesem Bereich im Unternehmen getan wird und welche Relevanz die Aktionen haben. Um glaubwürdig rüberzukommen, soll auch aufgezeigt werden, wo noch Verbesserungspotential besteht und in welcher Form daran gearbeitet wird. Nachhaltige Prozesse von heute auf morgen umsetzen zu wollen, ist nicht realistisch und das wissen Systempartner wie Kunden, Stakeholder und Medien auch. Wichtig ist, dass Unternehmen die Fakten ehrlich darstellen und dass sie authentisch bleiben.*

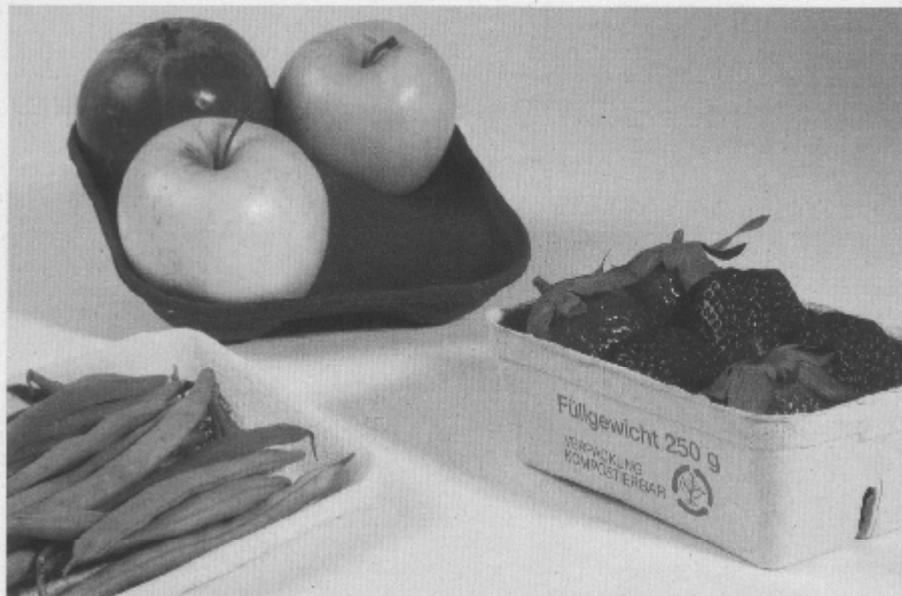
TIS Paper: Große Betriebe leisten sich eigene Nachhaltigkeitsmanager zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten. Was können kleine und mittlere Betriebe tun, die sich keine eigenen Manager leisten können?

Kleine und mittlere Unternehmen können Kooperationen eingehen oder externe Berater nutzen, die auf die Bedürfnisse des Unternehmens eingehen. Dabei kann es sich entweder um Branchen-Kooperationen handeln oder auch um Stammtische zu bestimmten

Sharing-Aktionen. Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit können etwa gemeinsame Mitarbeiter-Trainings oder Betreuungseinrichtungen organisiert werden. Aus Kooperationen können Innovationen jeglicher Art entstehen, weil dadurch konkret erkennbar wird, wo „blinde Flecken“ sind, wo anders reagiert werden kann und muss und welcher neuen Strategien es bedarf.

TIS Paper: Stichwort CO₂-Neutralität und CO₂-Handel: Großunternehmen sind ja verpflichtet, durch den Ankauf von CO₂-Zertifikaten ihre Schäden an die Umwelt wieder auszugleichen. Wie wichtig sind diese Themen für kleine und mittlere Betriebe?

Ein freiwilliges CO₂-neutrales Handeln kann auch für kleine und mittlere Unternehmen ein wichtiges Thema sein und bietet Differenzierungspotential gegenüber Konkurrenten. Unternehmen können zum Beispiel Veranstaltungen CO₂-neutral ausrichten oder ihre Mobilität bewusst gestalten. Im Produkt-Bereich bieten sich auch interessante Möglichkeiten, zum Beispiel was den Einsatz ökologischer Materialien oder regionaler Rohstoffe anbelangt. Vor allem das Thema Regionalität ist wichtig, weil dadurch Transport vermieden und gleichzeitig regionale Kreisläufe gestärkt werden können. Ein Umdenken in den Köpfen der Kunden ist bereits erkennbar, viele suchen gezielt nach nachhaltigen Produkten. Die Unternehmen sind also doppelt gefordert: einerseits müssen sie den Bedarf der Kunden nach bestimmten Produkten



Ein freiwilliges CO₂-neutrales Handeln, etwa durch den Einsatz ökologischer Materialien, kann für kleine und mittlere Unternehmen ein Differenzierungspotenzial gegenüber Konkurrenten darstellen.

„Wichtig ist, dass Unternehmen die Fakten ehrlich darstellen und dass sie authentisch bleiben.“

decken, andererseits sollen diese Produkte nachhaltig, sprich zukunftsfähig sein.

TIS Paper: Wie können konkrete Projekte des nachhaltigen Wirtschaftens aussehen?

Was die ökologische Seite betrifft, so können Effizienzprojekte gestartet werden oder etwa erneuerbare Energie-Anlagen installiert werden, der Fuhrpark auf Elektro-Fahrzeuge umgestellt werden oder Fahrgemeinschaften unterstützt, aber auch ergänzende Maßnahmen gesetzt werden, wie das gezielte Sparen von Rohstoffen wie Papier oder Wasser. Auf der sozialen Seite kann man sich gezielt mit dem Personal befassen, Fortbildungen oder flexible Arbeitszeiten anbieten. Die Vereinbarkeit mit Beruf und Familie ist hier ein wichtiges Thema. Man sollte sich konkret mit den individuellen Bedürfnissen der einzelnen Mitarbeiter auseinandersetzen und darauf so gut wie möglich eingehen. Nur so können en-

gagierte Mitarbeiter im Betrieb gehalten werden. Auf der wirtschaftlichen Seite kann man sich etwa nach möglichen neuen Lieferanten oder Vorprodukten umsehen und damit die Ressourceneffizienz steigern und gleichzeitig oft Kosten senken.

—

Das Interview führte Eva Pichler.

Energie für die Unternehmen: Die Wirtschaftswissenschaftlerin *Renate Brandner-Weiß* ist seit 2008 bei der Energieagentur der Regionen in Niederösterreich tätig, die Betrieben und Gemeinden Beratungen in den Bereichen Energie und Klimaschutz bietet. Davor war sie Beraterin und Trainerin in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt, Energie, Klimaschutz und Arbeitsmarkt. Daneben ist Brandner-Weiß ehrenamtlich beim „Waidviertler Energie-Stammtisch“ tätig, einer offenen, parteiunabhängigen Plattform zum Erfahrungs-

austausch, die sich nicht nur als Informationsstelle, sondern vielmehr als Impulsgeber für Bewusstseinsbildung und Weiterentwicklung im Bereich Energie und Klimaschutz versteht.

www.energieagentur.co.at



Ende

TIS Paper September 2012

9