

Rede der Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, Renate Künast

Anlass: Verleihung Deutscher Umwelt Reporting Award
Termin: Mittwoch, 16.03.2005
Ort: Wirtschaftsprüferhaus, Berlin
Thema: „Tue Gutes und rede darüber!“

Es gilt das gesprochene Wort!

Sehr geehrter Herr Ulrich!

Sehr geehrter Herr Oberrecht!

Sehr geehrter Herr Ziegler!

Sehr geehrte Preisträger!

Meine sehr geehrten Damen und Herren!

„Es gibt noch viel zu wenige Menschen, die verstehen, dass Umwelt ein tragendes Element, nicht ein Konkurrent, von nachhaltigem Wohlstand ist.“

Diese Feststellung stellt Klaus Töpfer dem aktuellen „Bericht an den Club of Rome“ voran. Die Autoren des Berichts kommen zum Ergebnis, dass wir ohne soziale und ökologische Nachhaltigkeit auf Dauer keinen neuen Wohlstand in der Welt schaffen werden. Aber es wird wohl noch eine Weile brauchen, bis sich Nachhaltigkeit als selbstverständlicher Bestandteil der Ökonomie durchsetzen wird.

Aber heute geht es nicht um diejenigen, die noch Nachholbedarf haben.

Bei der heutigen Preisverleihung stehen die im Mittelpunkt, die beweisen, dass in den letzten Jahren vieles in Bewegung gekommen ist. Dass Unternehmen und öffentliche Einrichtungen gerade durch ihr klares Bekenntnis zu mehr Nachhaltigkeit sehr erfolgreich sind. Die Preisträger haben das umgesetzt, worauf es auf modernen Märkten ankommt: Nämlich Vertrauen zu schaffen durch transparente Unternehmensziele und verbraucherfreundliche Information.

„Tue Gutes und rede darüber“ – so könnte sich das beschreiben lassen, was wir heute mit der Abkürzung „CSR“ bezeichnen.

Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sich der Begriff der Produktqualität erweitert hat. Auch gesellschaftliche Leistungen entscheiden über Erfolg oder Misserfolg am Markt. Konkret: ob und wie ein Unternehmen seine soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung wahrnimmt. Das „S“ in „Corporate Social Responsibility“ wird im Deutschen übrigens nicht mit sozialer, sondern mit „gesellschaftlicher Verantwortung“ übersetzt. Das müssen wir ernst nehmen und die Verantwortung auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit beziehen: Umwelt, Soziales und Wirtschaft.

So sehen es übrigens auch die Leitlinien der „global reporting initiative“ vor, an denen sich die Jury bei der Auswahl der Preisträger orientiert hat. Die „global reporting initiative“ betont, dass sich diese Anforderungen an alle Leistungen eines Unternehmens richten müssen: An Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen. Also Qualität im modernen Sinne.

Diese Bandbreite findet sich auch in den eingereichten Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichten der Preisträger wieder findet:

- Die BASF AG nennt als Grundwerte ihres Unternehmens neben „nachhaltigem Erfolg“ und der „Innovationsfähigkeit im Dienst der Kunden“ explizit auch die Bereiche „Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz“. Der Bericht selbst zeichnet sich durch hohe Benutzerfreundlichkeit und Lesbarkeit aus – auch das ist noch längst keine Selbstverständlichkeit.
- Der Neumarkter Lammsbräu, ein regelrechter Dauerbrenner bei der DURA-Verleihung, ist ein Pionier der Umweltberichterstattung. Besonders herausragend ist, dass das Unternehmen die gesetzten Nachhaltigkeitsziele ständig überprüft und auch Bereiche anspricht, in denen die Ziele noch nicht erreicht sind. In Bereichen wiederum, wo Erfolge vorzuweisen sind, werden wieder neue, höhere Ziele festgelegt. So legt das Unternehmen die Messlatte immer ein Stück höher und unterzieht sich damit einem dynamischen Qualitätssteigerungsprozess.
- Die Stadtwerke Karlsruhe können auf einen beachtlichen Anteil aus Strom aus regenerativen Quellen verweisen. 2003 lag er bereits über 10%. Damit gehen die Stadtwerke konsequent den Weg einer Energieversorgung von morgen.
- Schließlich freut es mich sehr, dass mit den Beruflichen Schulen Kehl auch die Lehre vertreten ist. Mit ihrem ehrgeizigen Energiesparprogramm liegen sie nicht nur voll im Trend, sondern vermitteln jungen Menschen in der Ausbildung auch ganz praktisch, was Nachhaltigkeit bedeutet.

Meine Damen und Herren,

die Preisträger sind Vorreiter für verantwortungsvolles Wirtschaften und Handeln. Und sie sind Trendsetter für moderne Märkte. Die Anzahl derjenigen Unternehmen, die eine Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung durchführen, ist in den letzten Jahren permanent gestiegen und es werden immer mehr, die erkennen, dass die Merkmale Qualität und Transparenz die beste Visitenkarte eines Unternehmens sind.

Und immer mehr Unternehmen erkennen, dass man mit innovativen Nachhaltigkeitsstrategien schwarze Zahlen schreiben kann. Denn sie tun genau das, was erfolgreiche Unternehmen seit Jahrhunderten tun: Sie lesen die Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher und entwickeln entsprechende Angebote.

Kurz: Sie betreiben ein Szenario-Building.

Sie fragen sich:

- Wie sehen die Märkte der Zukunft aus?
- Und was erwarten die Verbraucherinnen und Verbraucher?

Meine Damen und Herren,

Die Antwort ist – und diese Antwort haben auch die Preisträger für sich entwickelt:

Die Menschen haben heute Erwartungen an gute Waren und Unternehmen, die weit über die traditionelle Definition von Qualität hinausgehen. Sie wollen wissen, was hinter den Zahlen steckt, welche Philosophie ein Unternehmen hat, welchen Beitrag es zu Wohlstand und Fortschritt leistet. Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher beziehen auch die Produktionsbedingungen und die Prozessqualität in ihre Kaufentscheidungen mit ein. Und immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher erkennen, dass ihre täglichen Konsumententscheidungen Einfluss haben – auf ihr eigenes Leben und auf das Leben anderer.

Konkret,

- ob faire Löhne gezahlt werden
- ob gesundheitliche Mindeststandards eingehalten werden
- ob Kinder in den Fabriken beschäftigt sind
- ob dem Tier- und Artenschutz Rechnung getragen wurde
- und schließlich auch darüber, ob Umwelt- und Nachhaltigkeitskriterien bei der Produktion eine Rolle spielen.

Meine Damen und Herren,

ich habe letzten Dezember zusammen mit wichtigen Akteuren für die Anliegen einer nachhaltigen Lebensweise die Kampagne "echt gerecht- clever kaufen" gestartet. Die Kampagne fügt sich ein in die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung und orientiert sich an den Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung.

Ziel der Kampagne: Verbraucherinnen und Verbraucher sollen die Wahl haben. Sie sollen so einkaufen können, dass sie für gerechte Lebens- und Arbeitsbedingungen sorgen - also nachhaltig konsumieren. Dazu brauchen sie die notwendige Aufklärung und Information, um sofort erkennen zu können, was wirklich in und hinter einem Produkt steckt. Dies sicherzustellen, zum Beispiel mit Hilfe von Zertifikaten und Siegeln, ist eine der großen verbraucherpolitischen Herausforderungen für Unternehmen und Politik im 21. Jahrhundert.

Das Ziel ist im Wesentlichen das Gleiche wie auch bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung: Es geht darum, Qualität auf dem Markt erkennbar zu machen. Transparente Märkte sind eine wesentliche Voraussetzungen für den Qualitätswettbewerb.

Und die Preisträger beweisen es:

Wer glaubhaft ist, wer gut und überzeugend ist, der hat am Ende alle Vorteile auf seiner Seite!

Meine Damen und Herren,

Herr Ulrich hat eben sehr richtig dargestellt, dass nicht nur die Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch viele Aktionäre und Anleger bei der Umwelt und Nachhaltigkeitsberichterstattung ganz genau hinsehen:

Ob ein Unternehmen erfolgreich ist und dies voraussichtlich auch in Zukunft sein wird, lässt sich längst nicht mehr nur mit Hilfe der Finanzberichterstattung feststellen.

Tatsache ist: Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte sind zu aussagekräftigen Gradmessern für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen geworden!

Aber ich möchte noch weiter gehen: Ich glaube, dass die Entscheidung für oder gegen Nachhaltigkeit auch ein Gradmesser ist für die Zukunftsfähigkeit des Standorts Deutschland. Wir sollten uns nicht schlechter reden, als wir sind. Wir haben als die besten Voraussetzungen, um auch in Zukunft unsere Rolle als Innovationsstandort auszufüllen.

Wir haben eine hervorragende Infrastruktur, sichere Märkte, hochproduktive und hochinnovative Wirtschaftszweige, sehr gut ausgebildete Fachkräfte, Ingenieurinnen und Ingenieure, Arbeiterinnen und Arbeiter, Ökonominen und Ökonomen. Gerade die jungen Akademikerinnen und Akademiker in Deutschland verfügen heute über Sprach- und Auslandskenntnisse, die weltweit ihresgleichen suchen.

Alle Akteure müssen sich fragen:

Warum wird das Potenzial nicht genutzt?

Warum stehen heute junge, qualifizierte Menschen auf der Straße oder müssen sich monatelang mit unbezahlten Praktika begnügen?

Ich frage Sie:

Wo ist die Begeisterung, die dieses Land so erfolgreich gemacht hat?

Wo ist die Begeisterung des so genannten Wirtschaftswunders der 50er und 60er Jahre?

Was wir dringend brauchen ist ein neuer Optimismus, diese Stärken auch wieder zu nutzen. Und eine „verantwortungsbewusste Wirtschaft“, wie es Arbeitgeberpräsident Hundt am Montag öffentlich als Aufgabe angenommen hat.

Meine Damen und Herren,

Was wir brauchen das ist eine neue Lust auf Deutschland!

Wir brauchen gemeinsame Lust darauf, eine positive und moderne Vision für das Deutschland des 21. Jahrhunderts zu entwickeln.

Meine Damen und Herren,

wir wollen die Qualitätsmarke Deutschland erhalten. Und mehr noch: Wir wollen sie so interpretieren, dass sie in der globalisierten Welt nicht nur mithalten kann, sondern auch in Zukunft als Lokomotive wahrgenommen wird.

Lassen Sie uns gemeinsam an dieser Vision arbeiten. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten „made in Germany“ als Marke für Qualität und Nachhaltigkeit zu etablieren. Als eine Qualitätsmarke des 21. Jahrhunderts.

Sie, die Preisträger haben diese Vision für sich lange formuliert. Sie haben verstanden, worauf es auf es auf modernen Märkten ankommt: Transparenz, Information, Innovation und Qualität. Der Deutsche Umweltreporting Award (Dura) ist weit mehr als ein Prestigepreis. Er ist zugleich ein Indikator für Innovation und eine Auszeichnung für moderne Kommunikationskonzepte.

Ich möchte Ihnen für den Mut und das Engagement, diese Vision mit Leben zu füllen, herzlich gratulieren und wünsche Ihnen für die Zukunft viel Erfolg!