



KOLUMNE

von Lutz M. Büchner

Foto: Lutz M. Büchner



Wir konsumieren und wirtschaften als gäbe es kein Morgen. Die Zeche dafür zahlen unsere Kinder und Enkelkinder. Wir müssen den Raubbau beenden und endlich in den natürlichen Grenzen der Erde leben. Dafür müssen wir unsere Finanz- und Wirtschaftssysteme auf Nachhaltigkeit umstellen“ (Eberhard Brandes, WWF Deutschland)



Welterschöpfungstag kurz erklärt

Haben Sie schon mal etwas vom Welterschöpfungstag gehört? Kann die Welt eigentlich „erschöpft“ sein? Der, auch Erdüberlastungstag genannte Tag, beschreibt den Zeitpunkt, an dem unsere nachhaltig nutzbaren Ressourcen jedes Jahr aufgebraucht sind. Wir haben an diesem Tag alle uns jährlich zur Verfügung stehenden Ressourcen gerodet, gefischt, gegessen, verheizt und verschmutzt. Wir leben also nach diesem Stichtag bereits auf Pump und damit auf Kosten der nächsten Generationen.

Die Nichtregierungsorganisation Global Footprint Network ermittelt jedes Jahr, in dem sie unseren Umgang und Verbrauch dieser natürlichen Ressourcen errechnet und damit die ökologischen Grenzen unseres Planeten verdeutlicht, wann dieser Stichtag ist. Dabei wurde festgestellt, dass wir (also die Weltbevölkerung) erheblich über unsere Verhältnisse leben. Das bedeutet, dass, rein rechnerisch, sehr viel mehr an natürlichen Ressourcen pro Jahr verbraucht werden, als unsere Erde uns zur Verfügung stellt. Wurde dieser Erderschöpfungstag weltweit im Jahre 1971 noch für etwa Weihnachten ermittelt, war es 2020 schon der 22. August. In Deutschland wurde in diesem Jahr der Erderschöpfungstag für den 5. Mai errechnet, nachdem es 2020 der 3. Mai war. Man sieht also, dass sich der Raubbau an unserer Erde trotz der Pandemie nicht vermindert.

Aus diesen Zahlen ergibt sich folgende erschreckende Erkenntnis: Würde die Weltbevölkerung so leben wie die Amerikaner, bräuchten wir vier Welten. Wenn alle so leben würden wie wir Europäer, bräuchten wir immerhin noch nahezu drei Welten. Für

die Inder würde in etwa eine Erde ausreichen.

Was folgt daraus? Wir müssen unseren verschwenderischen Lebensstil ändern. Das betrifft alle, die Politik, die Wirtschaft und uns Verbraucher, wobei alles miteinander zusammenhängt. Die Politik weltweit sorgt oft nicht dafür, dass die Wirtschaft sorgsam mit den natürlichen Ressourcen umgeht (z.B. unzureichende Regulierung im Zusammenhang mit dem Klimawandel sowie auch die Genehmigung in Brasilien, in großem Stil den Regenwald zu roden). Die Wirtschaft geht weltweit nicht verantwortungsvoll genug mit der Umwelt und den Rohstoffen um. Bei uns Verbrauchern betrifft es global gesehen unseren gesamten Lebensstil: Wir müssten weniger Fleisch essen, wir müssen auch insgesamt sparsamer mit Lebensmitteln umgehen (immerhin wirft jeder Deutsche statistisch pro Jahr 75 Kg Lebensmittel weg), wir sollten auch mit anderen Produkten (z.B. Elektroartikeln) sorgsamer umgehen. Wir müssen bewusster unsere Kleidung kaufen, wir sollten unsere Mobilität überdenken und auch nachhaltiger reisen.

So lange uns als Verbraucher allerdings sehr oft Produkte und Dienstleistungen unter dem Motto „Billig, Billig“ angeboten werden, ohne über die tatsächlichen ökologischen Kosten der Produkte aufzuklären, ist es schwer, sein Konsumverhalten darauf einzustellen. Die Verantwortung kann nicht allein auf uns Verbraucher abgeschoben werden. Nur im Zusammenwirken zwischen Politik, Wirtschaft und Verbraucher kann der negativen Entwicklung entgegen gewirkt werden.

Bei dem statistischen Szenario ist schließlich zu berücksichtigen, dass prognostiziert wird, dass sich die Erdbevölkerung von heute 7,8 Milliarden jährlich um etwa 82 Millionen vergrößert.

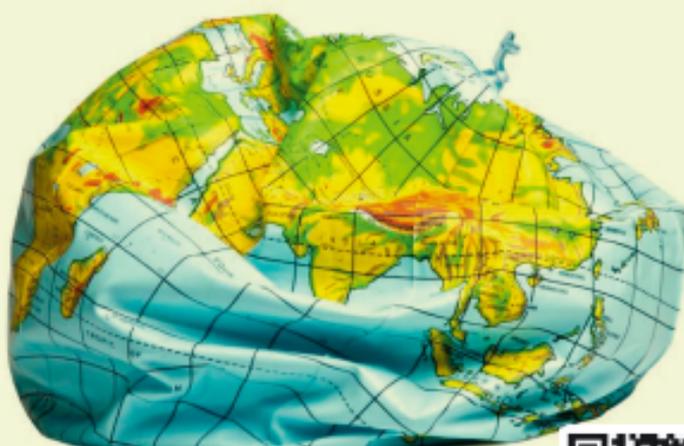


Foto: itestro/AdobeStock

verantwortung-fuer-morgen.de





KOLUMNE
von Lutz M. Büchner

„EIN GUTES GESCHÄFT AUFZUBAUEN UND EINE BESSERE WELT ZU SCHAFFEN SIND KEINE GEGENSÄTZLICHEN ZIELE - SIE SIND BEIDE WESENTLICHE BESTANDTEILE FÜR LANGFRISTIGEN ERFOLG“ (Bill Ford)

?! Corporate Social Responsibility kurz erklärt

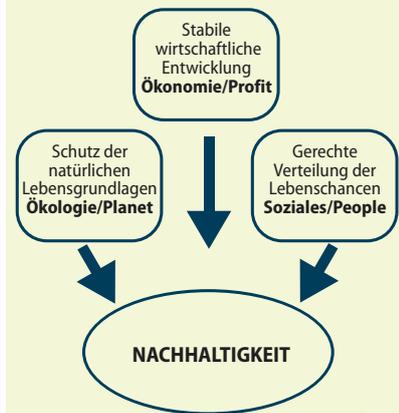
Wir haben bisher über Nachhaltigkeit gesprochen. Sie wurde unter ökologischen, sozialen, kulturellen und ökonomischen Aspekten beleuchtet. Häufig werden allerdings die Begriffe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) synonym verwendet. CSR bedeutet allerdings „gesellschaftliche Verantwortung“. Nachhaltig ist der weitere Begriff. CSR bezeichnet die Wahrnehmung sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung durch Unternehmen sowohl intern als auch extern, um langfristig die Unternehmenskultur zu verbessern und damit zu einem gesteigerten wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens beizutragen.

Bei CSR handelt es sich also um ein enger gefasstes Konzept als das der Nachhaltigkeit. Als CSR wird der spezifische Beitrag verstanden, den Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften und zur nachhaltigen Entwicklung beitragen. Regeln dafür gibt es nicht. Allerdings hat die Europäische Kommission vor 20 Jahren CSR als „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihrer Tätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit ihren Stakeholdern zu integrieren“ (Stakeholder sind Personen und Organisationen, die für ein Unternehmen eine wichtige Rolle spielen und im Allgemeinen Erwartungen an eine Firma haben). Was bewegt also ein Unternehmen, sich gesellschaftlich zu verhalten? Es ist nicht nur der Wettbewerb an

sich, es sind auch die Forderungen des Kapitalmarkts. Zunehmend geht es nämlich nicht nur darum „ob“, sondern „wie“ Gewinne gemacht werden. Der Verbraucher möchte „ordentliche“, also gesunde, unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellte, also „faire“ Produkte. Der Arbeitnehmer möchte einen „guten“ Arbeitgeber und die Gesellschaft einen „umweltfreundlichen“ und „großzügigen“ Unternehmer. Zunehmend erleiden Unternehmen jeder Größe Wettbewerbsnachteile, wenn sie sich dem gesellschaftlichen Engagement entziehen. Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln zählt sich somit aus – es führt letztlich zu Wettbewerbsvorteilen. Dies gilt nicht nur für große Unternehmen, das gilt in gleichem Maße für kleine und mittlere Firmen.

Gesellschaftliches Engagement betrifft somit alle Bereiche unternehmerischen Handelns. Es ist also ein ganzheitlicher Ansatz, bei dem alle Handlungsfelder eines Unternehmens einbezogen werden müssen. Das betrifft ein Unternehmen, das für den Endverbraucher Waren oder Dienstleistungen anbietet ebenso wie ein Unternehmen, das sich in der Wertschöpfungskette bewegt. Dabei werden natürlich die Schwerpunkte des Engagements eines Unternehmens unterschiedlich gesetzt.

Fazit: Ein Unternehmen, das Verantwortung für die Umwelt, die Mitarbeiter, die Kunden und die Gesellschaft übernimmt, verbessert damit also nicht nur seine Position auf dem Markt, sondern trägt damit auch zur nachhaltigen Entwicklung bei.



KOLUMNE
von Simone Wobrock

„HÄTTE, HÄTTE, FAHRADKETTE“

(Peer Steinbrück, ehemaliger Bundesfinanzminister und SPD Kanzlerkandidat im ARD Morgenmagazin, 2013)

?! Politik und Nachhaltigkeit am Beispiel von Gesundheitswesen und Pflege kurz erklärt

Was muss Politik hier machen?

Auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse (beispielsweise der Sozialforschung) sollen die Bedarfe der Menschen in ihren Lebenswelten berücksichtigt werden. Ziel ist es, die Nachhaltigkeitsinnovationen im Gesundheitsbereich zu stärken hin zu einer zukunftsfähigen und verbesserten, menschenwürdigen Pflegesituation. Von dieser Forderung hin zu einem Gesetz zur Verbesserung der Situation in der Pflege einschließlich der Bereitstellung der finanziellen Ressourcen zu dessen Umsetzung, ist es jedoch ein langer Weg.

Häufig hören wir in der Zivilgesellschaft: „Wenn die Politik nur gehandelt hätte“. Aber wer und was ist die Politik? Am Beispiel Pflege soll verdeutlicht werden, welche unterschiedlichen Ebenen und Strategien von der internationalen bis zur kommunalen Ebene es gibt und vor welchen Herausforderungen BürgerInnen und auch die Politik stehen, um gesellschaftliche Veränderungen im Sinne einer nachhaltigen Gesundheitspolitik anzustoßen.

Noch vor 200 Jahren hat die Pflege in Großfamilien stattgefunden. Damals schon gab es genaue Vorstellungen davon, wie Pflege auszusehen hat. Auch wenn hier eine Entwicklung stattgefunden hat, die Menschen und ihr Wohlergehen stehen damals wie heute im Mittelpunkt.

Kassenkonkurrenz, Wettbewerb und Sparmaßnahmen, insbesondere seit der Einführung der Fallpauschalen (DRGs), als Folgen der Ökonomisierungsmaßnahmen im Gesundheitssystem zeichnen jedoch ein anderes Bild.

Unzufriedenheit kommt von den Pflegenden aufgrund eines Mangels an Pflegepersonal, der unzureichenden Finanzierung über die Pflegekassen, Geschlechterungleichheit (Frauen leisten häufiger unentgeltlich Pflege in der Familie), fehlender Tarifbindung sowie einer Freistellung für Pflegenden, welche die Einbußen in der beruflichen Entwicklung nicht berücksichtigt. Gleichzeitig gibt es politische und wirtschaftlich Verantwortliche, die keine Veränderungen wünschen, da sie Angst vor steigenden Kosten haben.

Auf welchen Ebenen werden Gesundheitsziele adressiert?

In der Weltpolitik nimmt die UNO mit den Sustainable Development Goals 2015 eine globale Rolle ein, hier mit dem Ziel Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3). Auf europäischer Ebene begreift die EU im Zuge der Corona Pandemie ihre Verpflichtung für länderübergreifende Gesundheitspolitik.

Auf nationaler Ebene sind die Bundesregierung und die Regierungen der Länder für die Schaffung politischer Rahmenbedingungen verantwortlich.

Landkreise, und Kommunen bieten den BürgerInnen Angebote zur Beratung und Information im Bereich der Pflege.

Wie kann jeder von uns eine Politik des nachhaltigen Wandels am einfachsten einfordern?

Informieren sie sich über die politischen Zielsetzungen und Programme der Parteien im Gesundheitsbereich. Gehen Sie wählen! Eine Politik kann nur so verantwortungsbewusst sein wie ihre Bürger und Bürgerinnen.



KOLUMNE

von Simone Wobrock

Foto: Simone Wobrock



„WER VISIONEN HAT,
SOLLTE ZUM ARZT GEHEN“.

(Altkanzler Helmut Schmidt)



Kulturelle Nachhaltigkeit kurz erklärt

Der nachhaltige Blick geht weit über die drei Bereiche Ökologie, Soziales und Ökonomie hinaus. Auch eine kulturelle Dimension wird in den unterschiedlichen Lebensstilen, Religionen, ethischen Grundwerten, der Bildung und dem sozialen Engagement sichtbar. Der Einzelne kann in dieser kulturellen Dimension seine geistigen und sozialen Fähigkeiten einbringen und sich in einer Gemeinschaft mit anderen verbinden. Nachhaltige Weitsicht setzt auch Begeisterung frei. Visionen sind häufig rar in unserer Gesellschaft. Es braucht Visionen für die Zukunft, die unser Herz und Hirn berühren und unserem Denken eine neue Richtung geben. Gerade die Covid-19-Pandemie mit ihren Einschränkungen bringt uns zum Nachdenken, wie wir in Zukunft leben wollen.

Deshalb ist die gesellschaftliche Debatte über Werte und Kultur von so großer Bedeutung. Für den Klima- und Umweltschutz stellt sich die Frage, wie es gelingen kann, eine wirkliche Kultur der Nachhaltigkeit zu schaffen. Muss es wirklich der Verlust auf Lebensqualität sein? Sollen wir auf Reisen verzichten? Werden wir jetzt alle Veganer? Ist Nachhaltigkeit einer privilegierten Gesellschaftsschicht vorbehalten?

Die kulturelle Dimension von Nachhaltigkeit gibt uns die Möglichkeit, soziale und gesellschaftliche Perspektiven mehr in den Blick zu nehmen. Eine gute Nachhaltigkeitsstrategie muss eine Antwort darauf geben, wie wir in Zukunft leben wollen.

Am Beispiel des Elektroautos sehen wir, dass ein alleiniges Nachbessern des Bisherigen oder eine rein politische verordnete Lösung nicht die Probleme lösen kann. Denn die Herstellung der Lithiumbatterien und der erhöhte Stromverbrauch auch aus nicht regenerativen Energiequellen ist bisher nicht nachhaltig. Jetzt wird es spannend. Denken sie einmal visionär, wiederum am Beispiel der Mobilitätskultur. Vielleicht kommt das Auto dann über eine App gesteuert zu uns. Und zwar ein Auto, das maß-

geschneidert passt. Heute der kleine sportliche Singlewagen und morgen der Familienvan mit Kindersitz zum Großeinkauf. Für jeden Anlass den passenden Wagen zu teilen, baut auf dem Prinzip des Teilens und Tauschens und nicht auf dem des Besitzens oder des Verzichts auf. Car-Sharing, Benzin und Ressourcen sparen kann hier das Motto sein.

Bei einer nachhaltigen Wohnkultur beispielsweise geht es nicht nur um weniger (haben), sondern auch um mehr, nämlich eine neue gemeinschaftliche Beziehungskultur. Wieviel Lebensqualität gewinnen wir durch neue Wohnformen? Ist der heutige Trend zu Singlewohnungen in den Städten nachhaltig? Stellen sie sich vor, es entstehen ursprüngliche Dorfgemeinschaften in einem Haus. Nachbarn helfen sich gegenseitig oder treffen sich abends auf der begrünten Dachterrasse. Schon eine einfache Bank vor der Haustür lädt zum „Klonen“ ein. Vielleicht richten sie selbst auch ein Gemeinschaftsraum im Keller eines Mietshauses ein. Ein kultureller Abend mit Menschen aus uns vielleicht fremden Ländern kann eine Bereicherung unseres Lebens sein. Wie wäre es, Studierenden ein Zimmer anzubieten und diese unterstützen sie dafür beim Einkauf?

Bei der Co-Working-Space Idee sollen unter anderem ArbeitnehmerInnen in ländlichen Gebieten Homeoffice-Arbeitsplätze in Gemeinschaftsräumen angeboten werden. Damit fällt der Individualverkehr in die Innenstädte und die teuren Mieten für Büros weg. Auch hier könnten allein durch das Zusammensein neue Geschäftsideen entstehen. Für die Mittagspause etabliert sich unter Umständen eine grüne Cafeteria mit MitarbeiterInnen aus dem eigenen Ort. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Merken sie, wie schnell neue Zukunftsideen entstehen können? Aus Visionen können konkrete Vorstellungen und eine Haltung erwachsen, die nicht aus Angst vor Katastrophen, sondern aus Lebensfreude gespeist wird.

Denken sie gerne weiter.



Foto: nadeshda1906/AdobeStock



verantwortung-fuer-morgen.de

KEIT BEGINNT MIT
DIE ZEICHEN IN DER
LE.“

(Heinrich Heine)

Arbeiten für ihre Leistungen ein gerechtes Einkommen erhalten. Faire Arbeitsbedingungen ohne Überproduktion und Arbeitslosigkeit sind für ein nachhaltiges Wirtschaften eine wesentliche Voraussetzung. Dazu zählen Ansätze wie die sogenannte Green Economy (bekannt unter Green New Deal) und die Blue Economy, die allerdings am derzeitigen Wirtschaftswachstum unter Berücksichtigung von Umweltaspekten festhalten. Die Gemeinwohlökonomie dagegen fordert ein größeres Umdenken und stellt andere Wirtschaftsziele mit den zentralen zwischenmenschlichen Werten wie Vertrauensbildung, Kooperation und Solidarität in den Mittelpunkt.

Was können Politik, Unternehmen und Privatpersonen derzeit schon tun? Unternehmen können Verpackungen umstellen (Kreislaufwirtschaft), soziale und ökologische Projekte unterstützen, eine transparente Berichterstattung liefern, für faire Arbeitsbedingungen sorgen und Ökobilanzen erstellen. Die Politik kann mit Steuererleichterungen Anreize hierfür schaffen, Ökohäuser fördern, Einwegprodukte verbieten, den öffentlichen Nahverkehr ausbauen und das Lieferkettengesetz umsetzen.

Familien und Einzelpersonen wirtschaften nachhaltig, indem sie Energie sparen, öfter mal das Fahrrad und den öffentlichen Nahverkehr nutzen, auf einen möglichst plastikarmen Einkauf achten, auf umweltfreundliche Reinigungsmittel umsteigen und z. B. Schüler Streamingdienste zielgerichteter nutzen. Das schont beides: die Umwelt und den Geldbeutel. Wie wirtschaften Sie?



ngen.de