

Base Camp für Nachhaltiges Wirtschaften

20.04.2010, 17:30 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Arena für Nachhaltigkeit*

Presseagentur: *modem conclusa public relations gmbh*



International renommierte Referenten trafen sich auf der 3. ARENA für NACHHALTIGKEIT (v.l.n.r.): Oliver Hasert, Prof. Meinhard Miegel, Prof. Hans B. Bauerfeind, Andrea Klepsch, Prof. Ernst Ulrich von

Bei der 3. ARENA für NACHHALTIGKEIT wurden neue Konzepte für einen gesellschaftlichen Richtungswechsel erarbeitet

Ressourcenproduktivität, Wachstum und Führungskultur gehören zu den Herausforderungen, die Unternehmenslenker mit dem Ziel Nachhaltiges Wirtschaften zu bewältigen haben. Darüber waren sich die 33 Experten aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft und die 180 Teilnehmer der 3. ARENA für NACHHALTIGKEIT vom 15. bis 17. April 2010 im Bio-Seehotel Zeulenroda (Thüringen) einig. Gemeinsam diskutierten und erarbeiteten sie praktikable Lösungen für die Beschleunigung der Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft.

Viele Teilnehmer nahmen bereits zum dritten Mal an der ARENA für NACHHALTIGKEIT teil – sie sehen die ARENA als „Basislager“ auf dem Weg hin zu nachhaltigem Wirtschaften. Drei entscheidende Lösungsansätze, die zu mehr Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft und unserem Wirtschaftssystem führen, wurden in diesem Jahr von den Teilnehmern und Referenten gemeinsam ausgemacht: mehr Bildung zu Nachhaltigkeit – vor allem in der Lehreraus- und Fortbildung und an den Schulen –, stärkere Nutzung der Netzwerke von Nachhaltigkeits-Gleichgesinnten, um sich gegenseitig zu motivieren, sowie die Schaffung politischer Rahmenbedingungen, die ein nachhaltiges Wirtschaften begünstigen.

Gleich zu Beginn der Konferenz wies Prof. Hans B. Bauerfeind, Vorstandsvorsitzender des Familienunternehmens Bauerfeind AG mit Sitz in Thüringen und Mitinitiator und -veranstalter der Konferenz, auf die Schrittmacher-Funktion des deutschen Mittelstands für die Umsetzung des Leitbildes der Nachhaltigkeit hin.

Auch für Prof. Hans Joachim Schellnhuber, Direktor des Potsdam Instituts für Klimafolgenforschung (PIK), ist die Dynamik in der Wirtschaft eine wichtige Kraft für die Lösung der dramatischen, globalen Probleme, die der Klimawandel zur Folge hat: „Die Klima-Avantgarde sind die Unternehmer, die etwas bewegen können. Denn die Politik braucht unbedingt den Rückenwind aus der Wirtschaft, um Rahmenbedingungen für den Weg in eine nachhaltige

Zukunft zu schaffen.“ Dr. Kora Kristof vom Wuppertal Institut für Klima, Energie, Umwelt GmbH stimmte dem zu und ergänzte: „Unternehmer sind die dynamischsten Akteure, doch ohne politische Rahmenbedingungen können sie nicht geschützt agieren und fordern daher von der Politik Weichenstellungen in Richtung Nachhaltigkeit. Die ARENA für NACHHALTIGKEIT ist eine sehr gute Plattform zum Austausch von best practice-Beispielen aus der nachhaltigen Wirtschaft.“

Ressourcenproduktivität:

Nur ein „grüner“ Technologizeyklus ist zukunftsfähig

Der Naturwissenschaftler und Umweltpolitiker Prof. Dr. Ernst Ulrich von Weizsäcker verdeutlichte mit seinem Konzept „Faktor 5“, dass eine rentable CO₂-Vermeidung nur durch Steigerung der Effizienz möglich sei. Der nächste Technologizeyklus, so von Weizsäcker, müsse ein „grüner“ sein mit einer Verzehnfachung der Ressourcenproduktivität. Er fordert eine Allianz aus Staat und Wirtschaft, die wirtschaftsverträgliche, aber umwelt- und klimafreundliche Rahmenbedingungen setzt sowie eine Regulierung der Preise vornimmt, denn: „Ressourcen sind immer noch zu billig.“

Praktiker aus der Wirtschaft zeigten, wie sie schon heute das Konzept der Ressourcenproduktivität konkret in ihren Unternehmen umsetzen. Für Dr. Marc Andree Groos, Geschäftsführer der Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG, sind neben der Produktion die Mitarbeiter eine wichtige Stellschraube zu mehr Ressourcenproduktivität im Unternehmen. Durch verschiedene Angebote, Trainings und Motivationsaktionen werden die Angestellten bei Vaillant ganz gezielt zu mehr Energieeinsparung ermutigt.

Dass eine hohe Ressourcenproduktivität auch durch die Lebensverlängerung von Produkten erzielt werden kann, illustrierte das Beispiel der Richard Henkel GmbH. Das Unternehmen bietet eine lebenslange Reparatur der Produkte an. Die Nachfrage nach dieser Dienstleistung stieg im vergangenen Jahr um ca. 86 %, trotz Wirtschaftskrise. „Unsere Loslösung von der Fixierung auf das reine Verkaufen von neuen Produkten hin zu mehr Dienstleistung hat sich in der Wirtschaftskrise als ein Erfolgsfaktor erwiesen“, resümiert Geschäftsführerin Susanne Henkel und zeigt damit, dass der Mut neue und ungewöhnliche Wege zu beschreiten Unternehmen auch in Krisenzeiten marktfähig hält. „Produktüberarbeitung, anstatt ständig neue Produkte zu produzieren, das ist gelebte Ressourcenproduktivität“, bewertete Prof. Dr. Ernst Ulrich von Weizsäcker das Beispiel aus der Unternehmenspraxis.

Wachstum:

Können wir ohne Wachstum leben?

„Wachstum wie bisher hat keine Zukunft, denn es fördert den Wohlstand nicht mehr“, erläuterte Prof. Meinhard Miegel, Soziologe und Vorsitzender von „Denkwerk Zukunft – Stiftung kulturelle Erneuerung“. Er fordert eine Wirtschaftsform, die nicht die eigenen Grundlagen zerstört. Ein wichtiger Faktor für das rasante Wirtschaftswachstum der vergangenen Jahrzehnte sei gewesen, dass „Ressourcen nicht mehr gebraucht, sondern verbraucht werden.“ Technische Innovationen bei Ressourcenverbrauch und Umweltbelastung seien daher dringend nötig. Miegel prophezeit für die früh-industrialisierten Länder letztendlich eine Entkoppelung von Wohlstand und Wachstum. Der materielle Wohlstand würde in absehbarer Zeit durch höhere bzw. „echte“ Preise sinken, der Begriff „Wohlstand“ müsse daher stärker über immaterielle Werte wie Bildung, Kultur, familiärer und sozialer Zusammenhalt definiert werden.

Wachstums-Neudenker gibt es bereits: Susanne Henkel, Geschäftsführerin der Richard Henkel GmbH, erzählte aus ihrer Unternehmenspraxis: „Wachstum ist nicht unser Ziel, sondern Wertschöpfung. Diese führt dann zu Innovation, was wiederum Wachstum zur Folge haben kann.“

Dr. Klaus-Heiner Röhl, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), und Michael Böddeker, Geschäftsführer Entega Vertrieb GmbH & Co. KG, diskutierten kontrovers mit Prof. Miegel, welches Wachstum wir wirklich brauchen. Für den Volkswirt Röhl steht Wachstum außer Frage, denn „der technische Fortschritt ist seit der industriellen Revolution der Treiber für wirtschaftliches Wachstum. Technischen Fortschritt wird es immer geben und daher auch Wachstum“.

Führungskultur:

Aus der Zukunft heraus lernen

Nachhaltige Unternehmensführung braucht auch einen Paradigmenwechsel im Führungsstil, um den Herausforderungen der Zukunft begegnen zu können. Denn unsere bisherigen Denk- und Handlungsmuster sind nicht geeignet, Dinge zu ändern. Der Grund: „Wir alle co-produzieren Systeme, die eigentlich keiner will, in dem wir ständig alte Handlungs- und Denkmuster downloaden“, erklärte Dr. Ursula Versteegen von der Society for Organizational Learning. Sie arbeitet seit Jahren eng mit Professor Dr. C. Otto Scharmer, Autor des Buches „Theorie U – von der Zukunft her führen: Presencing als soziale Technik“, zusammen.

Dr. Versteegen untermauerte ihren Vortrag mit den erstmals präsentierten Ergebnissen einer Dialogstudie, die sie im Vorfeld der 3. ARENA für NACHHALTIGKEIT mit neun Pionierunternehmern aus der Nachhaltigkeitsbranche durchgeführt hat. Dabei kam heraus, dass ein wichtiges Werkzeug für nachhaltige Unternehmensführung ein Perspektivenwechsel von den Produkten hin zur Lebensqualität ist. „Nicht ‚Was will ich, was der andere braucht?‘, sondern ‚Was braucht der andere wirklich?‘ ist die Frage. Den Kunden also als Teil des Unternehmens sehen, das ist entscheidend“, so Dr. Ursula Versteegen. Diese Nachhaltigkeitspioniere bzw. Unternehmens-Avantgarde seien „Hebammen des Neuen“, denn sie führten von der Zukunft aus. „Sie betreten neue Wege, denn sie tun etwas, wofür die Vergangenheit keine Muster vorgibt.“ Die Studie ist ein Projekt der ARENA für NACHHALTIGKEIT in enger Kooperation und mit finanzieller Unterstützung der deutschen Niederlassung der europäischen Nachhaltigkeitsbank Triodos Bank N.V. sowie der Earthrise Society Holding GmbH.

Spielerische Bewegung, um etwas zu bewegen

Ganz praktisch wurden neue Wege beschritten bei der Form der Konferenz. Neben klassischen Vorträgen und Diskussionsrunden bekamen die drei Hauptreferenten nach ihren Impuls-Statements am ersten Tag Fragen der Teilnehmer mit auf den Weg, die am nächsten Tag in einem ausführlicheren Vortrag beantwortet wurden. Unternehmer konnten so ihre individuellen Fragestellungen von Experten beantworten lassen. Möglichkeiten für Gespräche zwischen den Teilnehmern führten zu einer intensiven Vernetzung der Unternehmens-Avantgarde der Nachhaltigkeit.

Im „Spielraum für Wesentliches“ wurde den Teilnehmern ein ganz anderer, nämlich spielerischer Zugang zur Reaktion auf Herausforderungen und Fehler eröffnet. Christian Maier, Gründer des inner game Instituts lehrte die Teilnehmer zu jonglieren und zeigte, dass das Loslassen festgefahrener Denk- und Handlungsmuster und die Rückbesinnung auf den menschlichen Ausgangspunkt, an dem man quasi alle Fähigkeiten in sich trägt, neue Umgangsweisen hervorbringen können.

Zum Schluss führte Extrembergsteigerin Helga Hengge die Zuhörer mit atemberaubenden Fotos auf den Mount Everest – in den Herausforderungen ihrer Besteigung des höchsten Berges der Welt sieht sie Parallelen für die Dinge, die Unternehmer Tag für Tag in kleinen wie großen Krisen herausfordern: Die Kräfte einteilen und sich nicht überschätzen, auf die innere Stimme hören und die eigenen Grenzen respektieren, einen guten Teamleader und ein vertrauensvolles Team suchen ... und dann in kleinen Schritten losgehen.

Bio-Seehotel: ein Ort für Innovationen

Mutmacher war auch der Veranstaltungsort selbst – das der Zukunft zugewandte Bio-Seehotel Zeulenroda, ein Unternehmen der Bauerfeind Gruppe. Als „Ausgewählter Ort 2010“ der Initiative „Deutschland Land der Ideen“ gehört es zu den Standorten in Deutschland, an denen visionäre Ideen entwickelt und umgesetzt werden. Ein Erfolgsfaktor des Unternehmens sind langfristige Partnerschaften und Kooperationen. So auch bei der ARENA für NACHHALTIGKEIT, die von namhaften Unternehmen wie z. B. entega, Vaillant, Memo, Kraft Foods Jacobs Professional und Druckerei Tischendorf unterstützt wurde.

Das Konferenzkonzept wurde vom Management des Bio-Seehotels Zeulenroda entwickelt, mit Unterstützung externer Fachleute sowie des Expertenrats, der sich aus der Schweisfurth-Stiftung, der Fraunhofer-Gesellschaft, dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management, B.A.U.M. e.V., sowie der Stiftung Familienunternehmen zusammensetzt.

Hoteldirektor Oliver Hasert liegt besonders die Förderung des Nachwuchses am Herzen, er möchte den Machern von Morgen auf ihrem Weg zur Seite stehen. Zu diesem Zweck vergaben sowohl das Bio-Seehotel selbst als auch Marli

Hoppe-Ritter Stipendien an Studenten und Jungunternehmen.

Text- und Bildmaterial sowie weitere Informationen finden Sie unter www.nachhaltigkeitsarena.de oder unter www.modemconclusa.de.

Portrait

Die 3. Zukunfts-Konferenz ARENA für NACHHALTIGKEIT fand vom 15. - 17. April 2010 im Bio-Seehotel Zeulenroda statt, das zugleich auch Veranstalter ist.

Inhaltlich und fachlich wird die ARENA für NACHHALTIGKEIT von einem Expertenrat unterstützt dem vier renommierte Institutionen angehören: Schweisfurth-Stiftung, B.A.U.M. e.V., Fraunhofer Gesellschaft und Stiftung Familienunternehmen.

Pressestelle ARENA für NACHHALTIGKEIT:

modem conclusa, public relations gmbh
Jutastr. 5
80636 München
Tel. 089 – 74 63 08 -0
Fax: 089 – 18 97 91 98
www.modemconclusa.de

News-ID: 420115 • Views: 1337 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/420115/Base-Camp-fuer-Nachhaltiges-Wirtschaften.html>