

NACHHALTIGKEIT

Was bedeutet das eigentlich?

DER BEGRIFF klingt gut und richtig. Und ist in unserem Alltag omnipräsent. Doch die wenigsten wissen, was Nachhaltigkeit konkret bedeutet. Kein Wunder. Denn für „Sustainability“ gibt es keine allgemeingültige Definition. Einigkeit besteht immerhin darin, dass sie in fast allen Bereichen des Lebens Sinn macht. Ein Überblick.

Wird Nachhaltigkeit zum Thema, folgt meist eine intensive Diskussion. Und so unterschiedlich die Aussagen und Meinungen dazu sind, so vielfältig ist auch die Verwendung des Begriffs. Auf jeden Fall begann alles im Wald. Genau genommen in der Forstwirtschaft, und zwar im 17. Jahrhundert. Damals kam der Gedanke auf, dass nicht mehr Bäume gefällt werden sollten, als nachwachsen können. Damit wollte man Rücksicht auf die nachfolgenden Generationen nehmen, die schließlich auch noch Holz benötigen. Der Duden definiert Nachhaltigkeit heute als ein „Prinzip, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren, künftig wieder bereitgestellt werden kann“. Das gilt selbstverständlich nicht mehr nur für Holz, sondern für viele andere Bodenschätze und Rohstoffe, wie etwa Wasser oder Erdöl. Allerdings hat sich die Bedeutung von Nachhaltigkeit weiterentwickelt. Doch was genau heißt es?

„Trio geniale“

Viele Menschen denken heute vor allem an Energiesparen, Ökostrom und Recycling, wenn sie das Wort Nachhaltigkeit hören. Dahinter steckt aber viel mehr als dreifachverglaste Fenster, Photovoltaikanlage und Altpapiersammlung. Als eine Art gemeinsamer „Nachhaltigkeitsplan“ gilt die „Agenda 21“, also das Abschlussdokument der Umweltkonferenz 1992 in Rio de Janeiro. Es ist der erste internationale Vertrag zum Klimawandel, der

von 172 Staaten unterzeichnet wurde. Die konkreten Handlungsempfehlungen, deren übergeordnetes Ziel die Nachhaltigkeit in sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bereichen auf lokaler, nationaler und globaler Ebene ist, wurden zum globalen Leitbild für eine nachhaltigere Entwicklung. Unter dem Motto „Global denken – lokal handeln!“ wurde jede Region der Unterzeichnerländer aufgerufen, eine eigene (lokale) Agenda zu erarbeiten. Dazu hat man – auch in Österreich – drei Dimensionen definiert:

Ökologische Nachhaltigkeit beschreibt den Verbrauch von natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße, wie diese sich regenerieren können.

Ökonomische Nachhaltigkeit steht für eine Wirtschaftsweise, die dauerhaft betrieben werden kann und Nachteile für nachkommende Generationen ausschließt.

Soziale Nachhaltigkeit wird dann erreicht, wenn soziale Interessen ausgeglichen werden und dadurch Spannungen oder Konflikte vermieden werden.

Erstrebenswertes Handeln

Im Jahr 2015 ratifizierten die Staats- und Regierungschefs der Vereinten Nationen die Agenda 2030. Der Aktionsplan für die Menschen, den Planeten und den Wohlstand umfasst insgesamt 17 Entwicklungsziele („Sustainable Development Goals“) samt 169 einzelner Zielvorgaben. Grob zusammengefasst will man die Armut beenden, Ungleichheit bekämpfen, den Planeten schützen, Frieden fördern und Wohlstand für alle





Eine tatsächliche Nachhaltigkeit ist erst dann erreicht, wenn man sich mit seinen Aktivitäten in der gemeinsamen Schnittmenge aller drei Bereiche befindet.

sichern. Dass Nachhaltigkeit ebenso wie Digitalisierung die Megathemen der nächsten Jahre sind, betonen namhafte Wirtschaftsexperten immer wieder. So auch Markus Scholz, der im Vorjahr die Leitung des neuen Institute for Business Ethics and Sustainable Strategy (IBES) an der [FH Wien](#) übernommen hat. Im Unternehmensbereich gibt es in Österreich zwar einige tolle Vorreiter, die überwiegende Zahl habe das Thema aber noch nicht richtig auf der Agenda, so der Experte. So sei etwa die Position von Nachhaltigkeitsmanagern in Unternehmen häufig noch eine Feigenblatt-Position, denn allzu oft sitzen diese in der Kommunikation oder im Controlling, nicht aber im Vorstand oder direkt darunter, wo sie maßgeblichen Einfluss auf die Unternehmensentwicklung nehmen könnten.

Johannes Hug von „Die Umweltberatung“ zu den aktuellen Herausforderungen: „Um ökonomische Nachhaltigkeit zu erreichen, müssen externe Kosten den Verursachern verrechnet werden, etwa bei fossilen Verkehrsmitteln oder Produkten aus fossilen Rohstoffen. In der Ökologie braucht es ein System von Anreizen und Verboten, um umweltfreundliches Verhalten zu fördern und umweltschädliches zu minimieren.“

Wo genau sollte ein Unternehmen ansetzen, um nachhaltig zu agieren? „Als ersten Schritt die Kennzahlen für den Umweltbereich erheben (CO₂, eingesetzte Materialien pro Produkt/Dienstleistung, Energieverbrauch, Abfall, Wasser, etc.), dann diese Kennzahlen bewerten und benchmarken bzw. Schwachpunkte und Handlungsfelder identifizieren“, sagt der Experte. „In der Folge sind konkrete Maßnahmen zu planen und umzusetzen – zum Beispiel Energieeffizienz der Wärmeversor-

gung steigern und weniger Ressourcen pro produzierter Einheit verwenden. Fortschrittliche Betriebe optimieren an allen Stellschrauben.“

Noch nicht am Stockerl

Im europäischen Vergleich erfüllt Österreich die Kriterien für die Nachhaltigkeit zwar ganz gut, aber noch nicht bestens. Laut dem „Europe Sustainable Development Report 2020“, den das Institute for European Environmental Policy Anfang des Jahres veröffentlicht hat, ist die Alpenrepublik in einem Ranking von 31 Ländern auf Platz vier. Platz eins belegt Finnland vor Schweden und Dänemark, während Deutschland auf Platz sechs und die Schweiz auf Platz acht rangiert.

Für Österreich wird positiv ins Treffen geführt, dass es keine Armut gebe. Betreffend Industrie, Innovationen und Infrastruktur sowie Frieden, Justiz und starke Institutionen gelten die Nachhaltigkeitsziele als erreicht. Defizite bestehen bei verantwortungsvoller Konsumation und Produktion, Klimaschutz sowie im ländlichen Bereich. Herausforderungen gibt es unter anderem noch bei der Gesundheitsversorgung, im Bildungsbereich, bei der Gleichstellung der Geschlechter und bei der Bereitstellung leistbarer sauberer Energie. ■

Öko-Wirtschaft

Vorteile & Argumente

- Für viele Unternehmen ist das Attribut „nachhaltig“ zu einer wichtigen Komponente der PR-Strategie geworden, obwohl diese bis dato inhaltlich schwer überprüfbar ist. Demgegenüber stehen Konzepte eines tatsächlich vorhandenen Nachhaltigkeitsmanagements, die unternehmerischen Erfolg mit der Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte verbinden. Laut Umfragen und Studien können sich Unternehmen heute durch besonders nachhaltiges Handeln im Businessalltag einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.
- Diverse Zertifizierungen von Produkten machen Nachhaltigkeit in Teilbereichen (z. B. öko, fair, biodynamisch, artgerecht) für den Verbraucher überprüfbar.
- Unternehmen, die gleich auf mehreren Ebenen Nachhaltigkeit verfolgen, haben schon heute viele Vorteile: Betriebskosteneinsparung durch Reduktion von Umweltauswirkungen, interne Vernetzung und dadurch optimiertere Abläufe, Reputation (verstärkt durch z. B. eine Auszeichnung mit ÖkoProfit, Umweltzeichen, EMAS), verbesserte Rechtssicherheit im Umweltbereich und dadurch z. B. reduziertes Risiko von Verwaltungsstrafen, besseres Image, um mit positivem Employer Branding hochqualifizierte Mitarbeiter zu finden.