

Kein Entweder-oder

ibet: Wieso sich unternehmerische Verantwortung letztlich auch rechnen muss.

HANNA REINER

E-Mail: hanna.reiner@vorarlbergernachrichten.at
Telefon: 05572/501-682

BREGENZ. Nachhaltigkeit - das Wort wurde oftmals inflationär verwendet. Dem waren sich auch die Verantwortlichen des Impulsforums ibet bewusst, als sie zum Thema „Das Geschäft mit der Nachhaltigkeit“ ins Festspielhaus luden. Dabei geht es schon längst nicht mehr einfach darum, eine Photovoltaikanlage zu installieren, sondern wie ökologische Verantwortung in Betriebsprozesse integriert werden kann. Das Fazit: Nachhaltigkeit beziehungsweise „corporate social responsibility“ (CSR), also verantwortliches unternehmerisches Handeln mit sozialen und ökologischen Aspekten, muss auf freiwilli-



LR Karlheinz Rüdissler, die Referenten Johannes Ortner und Tanja Dietrich-Hübner, Dieter Bitschnau und Helmut Steurer (v. l.). FOTO: WIKOPREVENTK

ger Basis beruhen. Genauso darf erfolgreiches nachhaltiges Handeln keine „Entweder-oder-Entscheidung“ mehr sein, sondern muss gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mehrwert verbinden.

Dr. René Schmidpeter, der wissenschaftliche Leiter des Zentrums für humane Marktwirtschaft, erklärte in seinem Vortrag, wie zutiefst unter-

nehmerisch das Thema CSR ist, da die Betriebe die Einzigen sind, die auch Wertschöpfungsketten managen. Und die sich in der Krise gesellschaftlich korrekt verhalten haben, indem sie ihre Mitarbeiter nicht gekündigt, sondern weiter bezahlt haben. Seiner Meinung nach schließen sich ökonomisches Handeln und das Berücksichtigen sozialer und moralischer As-

pekte nicht aus. Und Unternehmen profitieren davon, ist Schmidpeter überzeugt. „Letztlich konkurrenzieren nicht mehr Unternehmen mit Unternehmen, sondern Regionen mit Regionen oder Wertschöpfungsketten mit Wertschöpfungsketten.“

Erfolg als Geschäftsmodell

Wie diese Strategie in Unternehmen gelebt wird, zeigte Tanja Dietrich-Hübner, Leiterin der Stabstelle Nachhaltigkeit bei Rewe International. Sie stellte die Frage, wie weit Nachhaltigkeit gehen muss. „Immer weiter“, ist sie überzeugt. Allerdings, wie schon Schmidpeter erklärte, nur auf freiwilliger Basis. „Bei einer Regulierung gibt es keine Unterscheidungsmöglichkeit mehr. Dann ist die Innovation gestorben.“ Der Erfolg der nachhaltigen Produkte gibt Rewe letztlich recht. Man merke stark, wie ethische Kriterien immer mehr Bestandteil der Kaufentscheidung werden.