

econsense

Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft

Nachhaltig handeln!

Verantwortung von
Unternehmen und Politik



Dokumentation der
econsense-Jahrestagung
„im Dialog“, 18. Juni 2009

Impressum

Herausgeber/Redaktion:

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft e. V.

Geschäftsstelle: Breite Straße 29, 10178 Berlin

Telefon: 030 / 2028 – 1474, Fax: 030 / 2028 – 2474

E-Mail: info@econsense.de

Gestaltung: Slow Font, Berlin

Alle in dieser Broschüre verwendeten Texte und Bilder sind durch das Urheberrecht geschützt. Die Fotos entstammen dem econsense-Archiv. Jegliche Weiterverwertung von Texten und Bildern ist nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch econsense gestattet.

© 2009 by econsense

Nachhaltig handeln!

**Verantwortung
von Unternehmen
und Politik**

Dokumentation der
econsense-Jahrestagung
„im Dialog“, 18. Juni 2009

Inhalt

Vorwort	3
Einführung	5
Nachhaltigkeit – Wegweiser aus der Krise	7
Der Beitrag von Unternehmen, Politik und Gesellschaft in der Krise	9
Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen	11
Globaler Handlungsrahmen für Nachhaltigkeit	13
Wachstum nachhaltig gestalten	15
Sprecher und Podiumsgäste	17
econsense-Schlaglichter 2009	19
Mission Statement von econsense	20
econsense auf einen Blick	21

Nachhaltig handeln! Verantwortung von Unternehmen und Politik.

Die Folgen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise werden im Jahr 2009 auch in Deutschland immer stärker sichtbar. Es zeigt sich, dass die Prinzipien nachhaltigen Handelns in Wirtschaft und Politik nicht immer ernst genug genommen wurden. Gleichzeitig wird deutlich: Die Besinnung auf Werte und Verantwortung weist auch ein Stück weit den Weg aus der Krise. Daher stellte econsense seine Jahrestagung 2009 unter das Thema „Nachhaltig handeln! Verantwortung von Unternehmen und Politik“.

Im Dialog mit 350 Gästen aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Medien sprachen und diskutierten Bundesinnenminister Dr. Wolfgang Schäuble, Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Keitel, Kuratoriumssprecher von econsense, René Obermann, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom, Allianz-Chefvolkswirt Prof. Dr. Michael Heise, der Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung Dr. Volker Hauff sowie Uwe Möller als Vertreter des Club of Rome.

Vier Aspekte der Verantwortung von Unternehmen, Politik und Gesellschaft standen im Mittelpunkt der econsense-Jahrestagung 2009:

- Was ist der Beitrag von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft in der Krise?
- Wie sieht die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Krise aus?
- Welchen globalen Handlungsrahmen brauchen wir für eine nachhaltige Entwicklung?
- Wie lässt sich Wachstum nachhaltig gestalten?

Wir freuen uns, mit dieser Dokumentation die zentralen Aussagen und Ergebnisse der Reden sowie der Podiumsdiskussion festhalten zu können. Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Im Namen aller econsense-Mitglieder laden wir Sie herzlich ein, bei einer unserer nächsten Veranstaltungen mit uns in den Dialog zu Nachhaltigkeit und unternehmerischer Verantwortung zu treten.

Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Keitel
Kuratoriumssprecher von econsense

Hanns Michael Hölz
Vorstandsvorsitzender von econsense



Die Mitglieder von econsense haben sich das Leitbild nachhaltiger Unternehmensführung zu eigen gemacht. Sie wissen, dass es darauf ankommt, Nachhaltigkeit in die Unternehmens-DNA, die unternehmerischen Entscheidungs- und Wertschöpfungsprozesse zu integrieren. Sie wissen um die Bedeutung der Aufgabe: Verantwortung beweist sich im Kerngeschäft.

In der Krise sind viele geneigt, vermeintlichen Ballast über Bord zu werfen, um wieder Höhe und Tempo zu gewinnen. Und so geraten Begriffe wie Nachhaltigkeit, Corporate Responsibility, oder allgemeiner, Unternehmensethik unter Legitimationsdruck. Wir hören wieder Argumente, wie sie früher schon der amerikanische Ökonom Edward Freeman äußerte: „Corporate social responsibility is fine if you can afford it.“ Können wir es uns tatsächlich leisten, Nachhaltigkeit als Schön-Wetter-Veranstaltung zu begreifen? Die econsense-Unternehmen haben diese Frage mit ihrem fortwährenden Engagement schon beantwortet. Zur Jahrestagung 2009 haben wir bewusst ein Ausrufezeichen an das Thema unseres Abends gesetzt: „Nachhaltig handeln! Verantwortung von Unternehmen und Politik“.

Es gibt abweichende Meinungen dazu, wem das Zitat „Never miss a crisis“ zusteht. Es ist Hillary Clinton und auch Rahm Emanuel, dem Berater und Stabschef von US-Präsident Obama, zugeschrieben worden. Der Gedanke ist jedenfalls klar: Man solle niemals eine Krise verschwenden. Denn sie ermögliche Dinge, die ohne Krise nicht durchsetzbar seien. Das gilt sicher für notwendige Umbauten in unseren Unternehmen. Das gilt auch für ebenfalls notwendige Umbauten in unserer Gesellschaft. Die Krise macht uns bewusst, dass wir uns wieder stärker auf echte Werte besinnen müssen, wenn wir gestärkt aus ihr herauskommen wollen. Zurück in die Zukunft – genau darin kann unsere Verantwortung liegen.

Die Megathemen unserer Zeit – seien es der weltweite Klimaschutz, die Energie- und Wasserversorgung, der demografische Wandel oder die Überwindung der Unterentwicklung – zwingen uns, gemeinsam nach Lösungen zu suchen, mit einer globalen Perspektive. Denn die besten Lösungen entstehen nicht durch dirigistische Verordnung, sondern in gemeinsamer Verantwortung, in gemeinsamer Verantwortung der Länder, in gemeinsamer Verantwortung von Wirtschaft, Politik und Bürgern.

Nur eine Gesellschaft, die darauf bauen darf, dass sich Unternehmen verantwortungsbewusst verhalten, ist bereit, unternehmerische Freiheitsräume zu gewähren. Das Ziel der Wirtschaft darf nicht in der Wirtschaft selbst liegen, sondern in ihrer menschlichen und gesellschaftlichen Bestimmung.

Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Keitel
Kuratoriumssprecher von econsense



Die Krise macht uns bewusst, dass wir uns wieder stärker auf echte Werte besinnen müssen, wenn wir gestärkt aus ihr herauskommen wollen.



Nachhaltigkeit ist ein umfassendes Konzept. Es hat nicht allein mit Klima und Umwelt zu tun. Wir haben in den letzten Monaten erlebt, wie sehr Fehlentwicklungen am Finanzmarkt eine nicht-nachhaltige Entwicklung offengelegt haben. Wir haben eine Krise erfahren müssen, die die schwerste seit Generationen ist, und wir wissen, dass wir die Auswüchse dieser Entwicklungen, die manche Turbokapitalismus nennen, in Zukunft verhindern müssen.

Zugleich findet eine Diskussion statt, ob die Marktwirtschaft geeignet ist, nachhaltige Entwicklungen zu erzeugen, und wie die Marktwirtschaft gestaltet werden müsste, um das zu tun. Kritiker monieren, dass das Gewinnstreben, das einer Marktwirtschaft inhärent ist, eben nicht zum Wohle der Gemeinschaft durch eine unsichtbare Hand gelenkt wird. Dass wir auf Wachstum verzichten und uns besser mit dem Erreichten zufrieden geben sollten. Ich glaube, das wäre ein schwerer Fehler. Es ist klar, dass wir nicht Wachstum um jeden Preis anstreben sollten. Aber es ist genauso gefährlich, oder noch gefährlicher, jetzt auf Wachstum zu verzichten. Denn ohne Wachstum werden wir die Zukunftsprobleme, vor denen wir stehen, mit Sicherheit nicht lösen. Wir haben wieder eine sehr hohe Arbeitslosigkeit, die wir abbauen müssen, und gleichzeitig große Finanzierungsprobleme im öffentlichen Sektor über die Zeit abzutragen. Das lastet heute schon schwer auf den wirtschaftlichen Perspektiven zukünftiger Generationen. Und auch für die Entwicklungsländer wird es nicht möglich sein, weiterhin die Armut zu bekämpfen, weiterhin eine Konvergenz zu erzielen ohne Wachstum.

Aber wie kommen wir zum nachhaltigen oder stabilen Wachstum? Das wirtschaftliche Wachstum der Jahre 2003 bis 2008 ist wahrscheinlich ein Paradebeispiel für nicht-nachhaltiges Wachstum. Wir müssen die Rahmenbedingungen der Finanzmärkte den Realitäten globaler und hochinnovativer Finanzmärkte anpassen und Regulierungslücken schließen. Aber auch im Rahmen der Finanzpolitik ist das Nachhaltigkeitspostulat von ausschlaggebender Bedeutung. Auch hier gilt: Ohne Wachstum werden alle Sparanstrengungen vergebens sein.

Krisen erzeugen häufig ganz neue Trends. Sie zerstören Altes, geben Neuem Raum. Meines Erachtens scheint diese Krise den industriepolitischen Wandel hin zu Umwelt- und Klimaschutz nicht abzubremsen, sondern, gerade in China und den USA, zu beschleunigen. Für uns in Deutschland bedeutet das, dass auf der einen Seite erhebliche Marktchancen entstehen in der Energie- und Umwelttechnologie, aber dass wir andererseits eine viel stärkere Konkurrenz in der Produktion dieser Güter erfahren werden. Deswegen müssen wir unsere Technologieführerschaft hier behaupten.

Als Fazit bleibt: Entscheidend ist, dass sich Nachhaltigkeitspolitik im operativen und strategischen Bereich niederschlägt. Die Krise hat meines Erachtens ein Umdenken ausgelöst und ich bin überzeugt, wir sollten diese Chancen gemeinsam angehen.

Prof. Dr. Michael Heise
Chefvolkswirt und Leiter Unternehmensentwicklung der Allianz Group



**Krisen erzeugen
häufig ganz
neue Trends.
Sie zerstören Altes,
geben Neuem Raum.**

René Obermann



Wir brauchen Überzeugungstäter, die in dieser Krise den Aspekt der Nachhaltigkeit nicht außer Acht lassen. Dies gilt bei den Unternehmen insbesondere für die Investitionen. Sofern Spielräume vorhanden sind, müssen Unternehmen diese im Sinne der Nachhaltigkeit nutzen. Dazu zähle ich vorrangig das Thema Ausbildung und den Umwelt- und Klimaschutz. Außerdem ist es der Beitrag der Unternehmen in der Krise, solide zu wirtschaften und finanzielle Reserven aufzubauen. Das habe ich als kleiner und mittelständischer Unternehmer ebenso getan, wie heute als Vorstandsvorsitzender eines global agierenden Unternehmens.

Wir brauchen Überzeugungstäter, die in dieser Krise den Aspekt der Nachhaltigkeit nicht außer Acht lassen.



Dr. Volker Hauff



Die Politik darf in der Krise nicht nur auf die Wirtschaft schauen. Auch die Bundesregierung ist gefordert, eigene Beiträge zu leisten. Ich empfinde die Bemerkung von Herrn Professor Keitel als zielführend, dass die Politik ihre unter den Stichworten Kurzfristigkeit, Hast und Vierteljahreszahlen geübte Kritik auch für ihre eigenen Verantwortungsbereiche reflektiert. Dies zugrunde gelegt, müssen auch die bislang verabschiedeten Konjunkturprogramme auf den Prüfstand kommen. Nachdem die Bundesregierung unter immensen Handlungszwängen stand, um das Schlimmste zu verhindern, ist es jetzt an der Zeit, innezuhalten. Jetzt muss deutlich werden, dass eine Charta für nachhaltiges Wirtschaften nicht nur ein globales Vorhaben ist, sondern die Bundesregierung ihre eigenen Aktionen konkret daran orientiert.

Eine wichtige Rolle bei diesem Transformationsprozess, das zeigt sich insbesondere auch in der Klimapolitik, kommt der Zivilgesellschaft zu. Wir benötigen dringend den verstärkten Druck der NGOs auf die Politik und die Unternehmen – und müssen letztlich eine Koalition der Willigen schaffen.



Uwe Möller

Wir müssen das aktuelle Bemühen der Bundesregierung um eine Eindämmung der Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise vor dem Hintergrund der öffentlichen Neuverschuldung sehen. Im Sinne der Nachhaltigkeit gilt es, die Menschen davon zu überzeugen, dass wir nicht alle Probleme nur in Form von öffentlicher Nachfrage lösen können. Die Menschen müssen mehr von ihrem eigenen Einkommen investieren. Zudem brauchen wir ein Umdenken bei jedem Einzelnen. Es kann nicht mehr nur um die Mehrung von materiellen Werten, die wir in unserem Lande meist eher reichlich als zu wenig haben, gehen. Ich bin überzeugt: Freiheitliche Gesellschaften lernen durch Vorbild. Und Vorbild-Sein heißt Wertevermittlung. Damit sind wir bei der Nachhaltigkeit, einem der zentralen Werte zukunftsfähiger Gesellschaften.



Dr. Wolfgang Schäuble, MdB

Dr. Volker Hauff



Nachhaltigkeit geht uns alle an – die Politik, die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen und die Konsumenten. Die Unternehmen haben in ihrem Verantwortungsbereich die Aufgabe, den Menschen mitzunehmen. Sie müssen für die Werte, die sie postulieren, einstehen und wieder Vertrauen schaffen. Der Unternehmer Robert Bosch hat dazu mal den treffenden Satz gesagt: „Lieber ein bisschen Geld verlieren als das Vertrauen der Menschen.“ Diese Grundhaltung ist uns abhanden gekommen. Wir – also Unternehmen, Politik und jeder Einzelne – müssen wieder stärker die Werthaftigkeit unseres Tuns verdeutlichen können.

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen vor drei Jahren Stellung genommen. Darin haben wir die Wirtschaft aufgefordert, ihre gesellschaftliche Verantwor-



Nachhaltigkeit geht uns alle an – die Politik, die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen und die Konsumenten.

tung im Kerngeschäft in Form eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems zu professionalisieren. Das vom Bundesumweltministerium und econsense gemeinsam herausgegebene Handbuch des Nachhaltigkeitsmanagements bietet zu diesem Thema einen international vorbildlichen Überblick. Ähnliche Ansätze und Bemühungen brauchen wir auch bei den Verbrauchern und im öffentlichen Dienst.

Börsennotierte Unternehmen sehen sich den Spielregeln des Finanzmarktes ausgesetzt. Wer behauptet, er könne unter diesen Rahmenbedingungen ausschließlich mittel- und langfristig orientiert handeln, der wird regelmäßig abgestraft. Zur Verantwortung von Unternehmen gegenüber Mitarbeitern, Umwelt und Gesellschaft gehört es deshalb, die richtige Balance aus Kurz-, Mittel- und Langfristigkeit zu finden und damit am Markt zu bestehen. Dazu braucht man auch den Mut, Dinge anzugehen, die vielleicht kurzfristig nicht populär sind. Bei der Deutschen Telekom haben wir in den vergangenen Jahren schwierige Veränderungen vornehmen müssen. Mittelfristig sind diese wichtig und richtig, um die Arbeitsplätze langfristig abzusichern. Aktuell arbeiten wir an langfristigen Investitionen in neue Technologien und Innovationen, an der Aus- und Fortbildung unserer Mitarbeiter. Und vor allem wollen wir einen Beitrag zur ökologischen Weiterentwicklung und Verbesserung leisten.

Zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung in der Krise gehört auch, Begriffe wie Bescheidenheit, Maß und Mitte zu praktizieren. Das ist ein hehrer Anspruch, der auch noch nicht überall vollständig umgesetzt wird. Gleichwohl fühlen sich die Gründungsunternehmen von *econsense* verpflichtet. Wir nehmen unsere Verantwortung sehr ernst.

Unternehmen haben eine gesellschaftliche Verantwortung, die über die Anteilseigner, die Shareholder, hinausgeht. Unternehmen agieren als Teil ihres gesellschaftlichen Kontextes und haben daher Verantwortung für die Gestaltung des Ganzen. Die Interessen der sogenannten Stakeholder müssen in die unternehmerischen Entscheidungsprozesse mit aufgenommen werden, um im Ergebnis zu verantwortungsvollem Wirtschaften zu kommen. Ich wünsche mir nämlich nicht, dass der Gesetzgeber stärker in die Unternehmen eingreift. Aber dafür müssen bestehende Gesetze und Erkenntnisse, wie sie u. a. die Corporate-Governance-Kommission erarbeitet hat, eingehalten werden.

Viele Unternehmen haben inzwischen erkannt, dass die Märkte der Zukunft „grün“ sein werden. Nachhaltige Unternehmenspolitik erfordert jedoch einen „langen Atem“, dem stehen aber die seit einiger Zeit vorherrschenden Kurzfristinteressen an den Finanzmärkten entgegen. Es bedarf daher auch dringend des Dialogs um nachhaltige Marktperspektiven mit den großen Finanzinvestoren.



René Obermann

Zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung in der Krise gehört auch, Begriffe wie Bescheidenheit, Maß und Mitte zu praktizieren.



Dr. Wolfgang Schäuble, MdB



Uwe Möller

Dr. Wolfgang Schäuble, MdB



Wenn wir über Nachhaltigkeit reden, müssen wir die globale Dimension des Handlungsrahmens und der Handlungsnotwendigkeiten stets im Blick behalten. Selbstverständlich besteht in Problemsituationen die Neigung, den Fokus auf eigene Befindlichkeiten zu legen. Beispielsweise sehen wir in dem Bemühen, die Krise ökonomisch zu bewältigen, teilweise neue Dimensionen von Protektionismus. Wenn wir aber mehr Nachhaltigkeit wollen, sind globales Denken

**Der Freiheitsgrad
unseres globalen
Handlungsrahmens
muss immer wieder neu
betrachtet werden:**

**Jede Freiheit ohne
Grenzen zerstört
sich selbst.**



und die Vermittlung von globalen Lösungsansätzen ganz zentrale Voraussetzungen. Die Lösungen gemeinsam mit den zwanzig großen Industrie- und Schwellenländern (G20) zu suchen, ist ein richtiger Weg.

Der Freiheitsgrad unseres globalen Handlungsrahmens muss immer wieder neu betrachtet werden: Jede Freiheit ohne Grenzen zerstört sich selbst. Die Krise der Finanzmärkte ist nur ein Beispiel dafür. Ich aber bin der Meinung, Freiheit und Verantwortung sind zwei Seiten derselben Medaille. Dies ist auch das Prinzip der sozialen Marktwirtschaft, die Freiheit auf dem Markt mit Regeln und Begrenzungen versieht und Ausgleichssysteme schafft gegen Übertreibungen. Es müsste uns nur gelingen, die soziale Marktwirtschaft weltweit durchzusetzen. Das Rezept dafür ist jedoch noch nicht geschrieben.

Der globale Handlungsrahmen ist für multinational agierende Unternehmen Chance und Herausforderung zugleich. Herausforderung beispielsweise, was das Kapitel der Unternehmensfinanzierung anbelangt. Es ist heute tatsächlich so, dass innerhalb kurzer Zeit riesige Kapitalströme aus Sektor A in Sektor B gehen, aus Unternehmen A in Unternehmen B. Die Globalisierung stellt Unternehmen auch vor neue Aufgaben und Verantwortungsfelder im Bereich der nachhaltigen globalen Beschaffung. Hier sind Unternehmen auf die Unterstützung und Mitarbeit vieler Stakeholder, insbesondere auch der Lieferanten, angewiesen. Zugleich entsteht hier ein Handlungsfeld, in dem gemeinsames Vorgehen viele Quellen für ein nachhaltiges globales Miteinander auf tun kann.



René Obermann

Letztlich benötigen wir für eine friedliche Zukunftsgestaltung der zehn Milliarden Menschen, die im Jahre 2050 leben werden, einen globalen Rahmen für eine öko-soziale Marktwirtschaft, die allen Menschen einen sozial verträglichen Lebensstandard ermöglicht, ohne die natürlichen Überlebensbedingungen zu gefährden.



Uwe Möller

Ich sehe in der Nachhaltigkeit einen Ansatzpunkt zur Gestaltung der Globalisierung. Wenn wir es nicht schaffen, die Nachhaltigkeit zum Handlungsprinzip der Globalisierung zu machen, werden wir ein immer akuterer Gerechtigkeitsproblem auf der Welt bekommen. Die Frage, die sich stellt, lautet: Wie schaffen wir eine neue Governance-Form für Nachhaltigkeit? National wie international. Sicher ist: Das ist kein Problem, das die Politik allein löst.



Dr. Volker Hauff

Uwe Möller



„Die Grenzen des Wachstums“, auf die der Club of Rome bereits 1972 hingewiesen hat, sind inzwischen überschritten. Wir „übernutzen“ die materiellen Ansprüche der Menschheit – zu 85 % von den „reichen“ Gesellschaften mit nur einem Fünftel der Weltbevölkerung verursacht – die endlichen Naturressourcen unseres Planeten bereits heute um den Faktor 1,3. Und es gilt in den kommenden Jahrzehnten den armen und weiter wachsenden Menschenmassen in der Dritten Welt einen menschenwürdigen Lebensstandard zu schaffen. Das erfordert eine dramatische Abkehr von unseren ressourcenerstörenden Konsummustern. Wir brauchen eine Hinwendung zu Wirtschafts- und Gesellschaftsstrukturen, die konsequent

Wir brauchen eine Hinwendung zu Wirtschafts- und Gesellschaftsstrukturen, die konsequent technologische Innovationen zur Steigerung der Ressourceneffizienz nutzen.



technologischer Innovationen zur Steigerung der Ressourceneffizienz nutzen. Wir müssen die Sinnhaftigkeit immaterieller Lebensstile erkennen. Gelingt diese „Revolution“ nicht, drohen zerstörerische „Ressourcenkriege“, für die es heute bereits erste Ansätze gibt.

Dr. Wolfgang Schäuble, MdB



Ich frage mich, wie wir ohne weltweites Wachstum die Probleme einer Menschheit mit bald sieben Milliarden Menschen lösen wollen? Wachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern trägt langfristig auch zu wirtschaftlichem Wachstum und Stabilität in Deutschland bei. Denn für nachhaltiges Wachstum brauchen wir die Innovationen und Technologien aus Deutschland und den anderen Industrienationen. Auf diese Weise schaffen wir eine neue Form des doppelten Wachstums.

Deutsche Unternehmen leisten mit ihrer Entwicklungstätigkeit und den daraus resultierenden innovativen Produkten zentrale Beiträge zu einem nachhaltigen Wachstum. Die Digitalisierung beispielsweise bietet im Bereich der Telekommunikation die Möglichkeit, energie- und materialaufwendige Prozesse zu ersetzen, und eröffnet damit erhebliche Einspar- und Wachstumspotenziale sowohl bei uns als auch in Entwicklungs- und Schwellenländern. Wachstum nachhaltig zu gestalten, bedeutet für global agierende Unternehmen aber auch, auf die Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards in Zuliefererbetrieben hinzuwirken. Die Mitgliedsunternehmen von econsense sind sich dieser Verantwortung bewusst und arbeiten daran.



René Obermann

Wir brauchen Wachstum, um unsere Nachhaltigkeitsaufgaben zu lösen. Das hat 1987 auch die Brundtland-Kommission festgestellt, die Nachhaltigkeit grundlegend definiert hat. Nachhaltiges Wachstum bedeutet 22 Jahre nach dem Brundtland-Bericht und insbesondere zukünftig in erheblichem Maße immaterielles Wachstum. Wir werden schlicht und ergreifend auch unsere Lebensstile ändern müssen. Wachstum und Wohlstand werden wir zukünftig neu definieren müssen. Darüber gibt es eine Fülle von Modellen, über die Ökonomen mittlerweile ernsthaft diskutieren.



Dr. Volker Hauff



Dr. Volker Hauff

Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Dr. Volker Hauff ist seit September 2008 Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Hauff war zuvor Mitglied des Deutschen Bundestages und Parlamentarischer Staatssekretär für das Bundesministerium für Forschung und Technologie, das er von 1978 bis 1980 als Bundesminister leitete. Anschließend wechselte er als Bundesminister in das Verkehrs-Ressort bis 1982. Hauff war Mitglied der „World Commission On Environment And Development“ der Vereinten Nationen unter Vorsitz der norwegischen Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland. Nach seinem Ausscheiden aus der Bundespolitik war Hauff Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt am Main. Im privatwirtschaftlichen Sektor war Hauff tätig bei IBM Deutschland, Axel Springer AG, KPMG AG und Bearing Point GmbH.



Prof. Dr. Michael Heise

Chefvolkswirt und Leiter Unternehmensentwicklung der Allianz Group

Dr. Michael Heise ist Chefvolkswirt und Leiter Unternehmensentwicklung der Allianz Gruppe. Heise studierte und promovierte an der Universität zu Köln und hatte Lehraufträge an der European Business School Oestrich-Winkel und der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt. Er ist Honorarprofessor der Johann Wolfgang Goethe-Universität. Vor seinem Eintritt in die Allianz Gruppe war Heise Generalsekretär des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Chefvolkswirt der DG BANK und Chefvolkswirt und Leiter Research der DZ BANK.



Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Keitel

Kuratoriumssprecher von econsense

Hans-Peter Keitel, geboren 1947, übernahm nach dem Studium des Bauingenieurwesens sowie der Arbeits- und Wirtschaftswissenschaften für Lahmeyer International, Frankfurt, führende Aufgaben der Ingenieurberatung im In- und Ausland. Nach zwölfjähriger Tätigkeit wechselte er 1988 zur Hochtief AG nach Essen. 1990 wurde er in den Vorstand der Gesellschaft berufen, 1992 zu dessen Vorsitzendem und als Mitglied des Vorstands der RWE AG bestellt. Nach mehr als 15 Jahren an der Spitze des größten deutschen Bauunternehmens wechselte er 2007 in den Aufsichtsrat. Keitel ist seit 2009 Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e.V. (BDI) und Kuratoriumssprecher von econsense. Er nimmt weitere ehrenamtliche Aufgaben wahr, unter anderem als Honorarprofessor der TU Berlin sowie als Präsident des Stiftungsrats der Stiftung Wissenschaft und Politik.

Uwe Möller

Mitglied des Club of Rome

Uwe Möller, 1935 geboren, Volkswirt, war von 1983 bis 1998 Direktor des Internationalen Instituts für Politik und Wirtschaft, HAUS RISSEN in Hamburg. Seit 1986 ist er Mitglied des Club of Rome und fungierte von 1998 bis 2007 als Generalsekretär des Club of Rome. Gegenwärtiges Engagement im Rahmen der Deutschen Gesellschaft Club of Rome als Präsidiumsmitglied: Club of Rome-Schulnetzwerk in Deutschland, DESERTEC-Projekt (sauberer unerschöpflicher Solarstrom aus der Wüste), Global Marshall-Plan Initiative (Konzept für eine globale öko-soziale Marktwirtschaft). Daneben leitende und beratende Tätigkeiten in Stiftungen, Akademien u. Ä.



René Obermann

Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom AG

Seit November 2006 ist René Obermann Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG. Bereits seit 1998 war Obermann in Tochtergesellschaften der Deutschen Telekom AG in Vorstands- und Geschäftsführerfunktion tätig. Begonnen hat die berufliche Karriere von René Obermann mit einer Ausbildung zum Industriekaufmann bei der BMW AG in München. Danach gründete er 1986 ein eigenes Handelsunternehmen – die ABC Telekom mit Sitz in Münster. Die daraus entstandene Hutchison Mobilfunk GmbH führte Obermann von 1991 an als Geschäftsführender Gesellschafter - von 1994 bis 1998 war er Vorsitzender der Geschäftsführung.



Dr. Wolfgang Schäuble, MdB

Bundesminister des Innern

Mitglied des Deutschen Bundestages seit 1972; 1981 bis 1984 Parlamentarischer Geschäftsführer der CDU/CSU-Fraktion; 1991 bis 2000 Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und 1998 bis 2000 Vorsitzender der CDU Deutschlands; 2002 bis 2005 stellvertretender Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion für Außen-, Sicherheits- und Europapolitik; 1984 bis 1989 Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes; 1989 bis 1991 und seit 2005 Bundesminister des Innern.



Klimatechnologie-Atlas

Das Internet-Portal www.klimatech-atlas.de ist ein Nachschlagewerk für Politik und jeden Interessierten, das die wichtigsten Technologien und Innovationen zum Klimaschutz aus den Sektoren Industrie, Energie, Transport und Gebäude erklärt – flankiert von zahlreichen Praxisbeispielen unternehmerischer Lösungskompetenz. Die Inhalte des Portals werden regelmäßig aktualisiert und erweitert.

Klimapolitik mit einem Klick

Das Online-Tool www.weltkarte-klimapolitik.de bietet klimapolitische Informationen nach Ländern und Themen und wird regelmäßig um zusätzliche Informationen erweitert.

Leuchtturmprojekt „Laboratory Demographic Change“

Unter der Schirmherrschaft von EU-Kommissar Vladimir Špidla hat econsense die europäische „Demographic Risk Map“ veröffentlicht. econsense und die daran beteiligten Unternehmen zeigen: Unternehmen entwickeln strategische Antworten auf die demografischen Veränderungen. 2009 veröffentlicht econsense den darauf aufbauenden „Demographic Risk Atlas“, der die demografische Entwicklung in einzelnen Regionen Europas untersucht, erklärt und grafisch darstellt. Mehr unter www.demographicchange.info und www.demographic-risk-map.eu.

Extra-finanzielle Leistungsindikatoren

werden für die Unternehmensbewertung an den Finanzmärkten zunehmend wichtiger. Aufbauend auf dem Positionspapier zur Zukunft von Nachhaltigkeitsratings und -rankings organisiert econsense regelmäßig den Dialog mit Interessenvertretern aus Medien, Politik, Wissenschaft, Unternehmen und Finanzwirtschaft zur Weiterentwicklung der Messbarkeit von Nachhaltigkeit in Unternehmen.

Journalistenpreis

Im Jahr 2009 richtet econsense zum sechsten Mal seinen Journalistenpreis zum Thema Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility aus. Die Ausschreibung 2009 steht unter dem Motto „Nachhaltigkeit in der Krise!?“.

Regelmäßige Stakeholderdialoge wie beispielsweise „Spitzenforschung für Nachhaltigkeit“ von econsense und der EnBW AG am 7. Juli 2009 in Berlin

Vor rund 150 Gästen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft präsentierte Prof. Dr. Klaus Töpfer, Gründungsdirektor des neuen „Institute for Advanced Sustainability Studies“ (IASS), die Idee und den Arbeitsplan des neuen Forschungsinstituts und diskutierte mit den anwesenden Stakeholdern.

Die Bundesregierung macht Corporate Responsibility (CR) zum Thema

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, aber auch Auswärtiges Amt und Wirtschaftsministerium beginnen sich zu positionieren. econsense bringt sich aktiv in den Dialog des vom BMAS organisierten CSR-Forums ein.

Als führende global agierende Unternehmen der deutschen Wirtschaft haben wir uns im Netzwerk econsense zusammengeschlossen, um gemeinsam für eine nachhaltige Entwicklung einzutreten. Klimaschutz, demografischer Wandel, die soziale Gestaltung der Globalisierung und der Umbau zu einer ressourceneffizienten Wirtschaftsweise zählen zu den großen Gestaltungsaufgaben unserer Zeit. Wir wollen an einem fairen Ausgleich zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Ansprüchen heutiger und zukünftiger Generationen mitwirken.

Verantwortung im Kerngeschäft beweisen

Wir betrachten es als unsere wichtigste unternehmerische Verantwortung, profitabel zu wirtschaften und dabei im Einklang mit den Bedürfnissen von Umwelt und Gesellschaft zu handeln.

Märkte entwickeln

Wir unterstützen die Eigeninitiative der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung und wollen Raum für Innovationen und Investitionen schaffen, damit zukunftsweisende Technologien, Produkte und Dienstleistungen verstärkt den Weg in den Markt finden.

Partnerschaften stärken

Wir pflegen auf nationaler und internationaler Ebene den offenen Dialog zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, NGOs und Gesellschaft, um das Verständnis füreinander zu verbessern, Lösungen zu beschleunigen und Kooperationen zu initiieren.

Nachhaltiges Denken festigen

Unsere Kompetenz und unsere Erfahrung nutzen wir, um Nachhaltigkeitsprinzipien in die relevanten Entscheidungsprozesse einzubringen und auf die gesamtgesellschaftliche Agenda zu setzen.

Die Mitglieder von econsense wirken als Stimme der Wirtschaft auf verlässliche politische Rahmenbedingungen hin, welche die Potenziale unternehmerischen Engagements unter den Bedingungen weltweiten Wettbewerbs bestmöglich fördern.



HEIDELBERGCEMENT



BMW Group

VORWEG GEHEN



DAIMLER

SIEMENS

Deloitte.



Deutsche Bank



e.on



VOLKSWAGEN
AKTIENGESELLSCHAFT

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft e. V.

Kuratoriumssprecher: Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Keitel,
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen
Industrie e. V.

Vorstand: Hanns Michael Hölz (Vorsitz), Dr. Wolfgang
Große Entrup, Herbert Höltschl, Dr. Carsten Kreklau,
Joachim Löchte

Kontakt Geschäftsstelle:

Breite Straße 29

10178 Berlin

Telefon: 030 / 2028 – 1474

Fax: 030 / 2028 – 2474

E-Mail: info@econsense.de

www.econsense.de