

# Rasch Richtung Nachhaltigkeit einspuren

**Energie sparen, Ressourcen schonen, kurz: nachhaltig produzieren – das ist momentan 'in'. Nur: Wie geht das eigentlich? Wie die Internet-Plattform «Proofit» der Öbu die kleinen und mittleren Unternehmen auf den Pfad der Nachhaltigkeit bringt, erklären Proofit-Projektleiterin Sabine Ziegler und Öbu-Praktikant Ivo Peter im Gespräch mit Nicole Soland.**

**P.S.:** Bei der Öbu (siehe Kasten) sind über 20 Jahre nach der Gründung auch die Grossbanken CS und UBS oder grosse Stromanbieter wie die Axpo oder die BKW dabei. Was hat das mit «Nachhaltigkeit» zu tun – ausser dass beispielsweise die Axpo das grüne Werbemäntelchen, das sie sich so gern umhängt, ein bisschen besser begründen kann?

**Sabine Ziegler:** Um reines «Greenwashing» geht es sicher nicht. Die Frage lautet vielmehr: Sollen wir uns auf die bereits 'bekehrten' Firmen beschränken und damit zwangsläufig eine Nischen-Organisation bleiben? Die Öbu hat sich anders entschieden: Unser Ansatz lautet, so viele Firmen wie möglich einzubinden

**«Unternehmen, die nachhaltig produzieren, haben bessere Karten bei bewussten KonsumentInnen und profitieren auch finanziell.»**

und versuchen, sie auf den Pfad der Nachhaltigkeit zu bringen. Zudem sind die Grossen keineswegs a priori grössere Umweltsünder...

**...oder sie haben mindestens bessere PR-Abteilungen...**

**Sabine Ziegler:** Das mag sein, aber es ist eine Tatsache, dass grosse Firmen, die an der Börse sind, gegenüber der Öffentlichkeit transparent sein und viel nachhaltiger geschäften müssen als kleinere Firmen, die sich auf den Standpunkt stellen können, wie sie ihre Ware produzieren, gehe niemanden etwas an. Die PR-Abteilungen sind vermehrt von der Finanzwelt (Analysten) gezwungen, auch ihre Probleme zu nennen. Da hilft auch der «Öbu nachhaltiger Geschäftsberichtspreis». Nachhaltigkeit ist ein Prozess und kein Zustand.

**Trotzdem: Wenn die Axpo mit ihrem CO<sub>2</sub>-freien Schweizer Strom wirbt – und ihre Beteiligungen an ausländischen Kohlekraftwerken ebenso ausblendet wie die extrem schlechte CO<sub>2</sub>-Bilanz des Abbaus von Uran für AKW-Brennstäbe –, dann sehe ich beim besten Willen nicht, was eine solche Firma in der Öbu verloren hat.**

**Sabine Ziegler:** Kürzlich veranstalteten wir einen Anlass mit der Axpo – und ernteten dafür intern auch Kritik. Doch wir haben für die Axpo ein interessantes Beratungsziel: Es geht darum, wie sie Unternehmensprozesse optimieren kann, um CO<sub>2</sub> im Inland zu reduzieren. Natürlich bringt ihr das schliesslich auch wieder Geld, aber die Umwelt profitiert trotzdem von der CO<sub>2</sub>-Reduktion. Als Beispiel die Keller Ziegeleien in Schlatt im Thurgau: Ihre Produktion war auf Schweröle angewiesen und stiess tonnenweise CO<sub>2</sub> aus. Nun hat die Firma gemeinsam mit der Axpo ein Verfahren entwickelt, das es ihr ermöglicht, statt der schädlichen Schweröle ein biogenes Öl aus Grünabfällen zu verwenden – mit dem Resultat, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoss auf Null gesunken ist.

**Ivo Peter:** Ein weiteres Beispiel: In Wauwil im Luzernischen betreibt die Kompogas AG, die zum Axpo-Konzern gehört, eine ihrer Anlagen. Während die früher dort praktizierte Feldrand-Kompostierung dazu führte, dass das Gas Methan freigesetzt wurde, das zehnmal schädlicher ist als CO<sub>2</sub>, profitiert nun die Umwelt – und auch gleich noch die Champignons-Zucht neben der Kompogasanlage: Sie konnte 4000 Liter Erdöl jährlich durch umweltfreundliches Biogas ersetzen.

**Dass die Axpo Gutes tut, aber nicht darüber redet, kann ich mir trotzdem nur schwer vorstellen...**

**Sabine Ziegler:** Das ist genau einer der Vorteile von Proofit: Hier können alle, auch die Grossen, zeigen, was sie gut machen – ohne sich dem Verdacht des «Greenwashing» aus-

zusetzen, der in der Öffentlichkeit mindestens im Fall der Axpo wohl sofort geäussert würde. Vor allem aber können grosse wie kleinere Firmen ihre interne Kultur entwickeln: Auch in Grossbetrieben gibt es unterschiedliche Haltungen, und es ist nicht immer einfach, zu erreichen, dass tatsächlich alle gemeinsam am selben Strick ziehen. Wir wollen die Nachhaltigkeitsabteilungen stärken und herausfordern.

**Die Mehrheit der Firmen, die Sie im Visier haben, hat zwischen 50 und 250 Mitarbeitende und steht wahrscheinlich weniger im Rampenlicht als die Axpo. Was haben diese klassischen KMU von Proofit?**

**Sabine Ziegler:** Nehmen wir die nachhaltige Beschaffung als Beispiel. Diese steht zurzeit hoch im Kurs – nicht nur bei den Gemeinden, die es sich heutzutage schlicht nicht mehr leisten können, sich in Kinderarbeit hergestellte Randsteine aus Indien andrehen zu lassen. Unternehmen, die nachhaltig produzieren, sind also im Vorteil. Und zwar gleich doppelt: Sie haben nicht nur bessere Karten bei bewussten KonsumentInnen, sondern sie profitieren auch finanziell, beispielsweise, wenn sie ihre Produktion dadurch nachhaltiger machen, dass sie den Energieverbrauch senken. Die Site [www.proofit.ch](http://www.proofit.ch) wurde denn auch vom Bundesamt für Energie BFE, Bundesamt für Umwelt BAFU, dem Amt für Raumplanung ARE und dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO initiiert, und vor drei Jahren hat die Öbu die Geschäftsführung übernommen. Auf [proofit.ch](http://proofit.ch) finden die UnternehmerInnen unterdessen allerhand praktische Werkzeuge, die ihnen dabei helfen, ihre Firma weiterzuentwickeln.

**Worin bestehen diese Werkzeuge?**

**Sabine Ziegler:** Zum Starten empfiehlt sich der Effcheck: Mit diesem Tool können die UnternehmerInnen rasch herausfinden, wo in ihrer Firma bezüglich Nachhaltigkeit Handlungsbedarf besteht und welche Massnahmen sich anbieten. Ein Beispiel: Ist der hohe Energiebedarf ihrer Produktion ein Thema, dann macht die Firma, die etwas dagegen unternimmt, nicht bloss eine bessere Falle in Sachen Nachhaltigkeit, sondern sie spart auch noch Geld.

**Dass man Schweizer Unternehmen mittels einer Website samt 'Werkzeugkasten' sanft dazu überreden muss, doch bitte, bitte etwas zu tun, was ihrem Portemonnaie nützt – das ist tatsächlich mal was Neues...**

**Sabine Ziegler:** Es ist natürlich nicht so, dass sich die Schweizer KMU dagegen wehren würden, billiger zu produzieren. Nur: Auch Zeit ist Geld, und genau die Zeit, die es braucht, wenn man quasi bei Null anfangen muss, um herauszufinden, was man besser machen könnte und wie man das anpacken müsste, die fehlt ihnen eben häufig. Und hätten sie mal Zeit, dann kommt schon die nächste Hürde, denn dann stellen sie fest, dass sie nicht wissen, wo anfangen. Hier kommt unser Angebot ins Spiel: Um die Daten zur eigenen Firma im Efficheck einzugeben, muss niemand Überstunden einplanen. Und sobald das gemacht ist, klärt sich das Bild, und man kann gleich loslegen und die ersten Massnahmen aufgleisen. Allerdings sollte man sich auch keine falschen Hoffnungen machen.

**Wie meinen Sie das?**

**Sabine Ziegler:** Die Energiekosten in der Schweiz sind nach wie vor so tief, dass das Energiesparen nur bei Grossverbrauchern deutliche Spuren im Portemonnaie hinterlässt. Aus Sicht der Öbu müssten die Energiepreise steigen, und zwar linear für alle, damit auch alle die gleich langen Spiesse hätten. Aber dorthin ist es noch ein langer Weg; zurzeit sind solche Vorschläge nicht mehrheitsfähig. Zudem hat die Öbu im Lichte der Atomdebatte ein Atomausstieg-Szenario aus der Sicht der Schweizer Wirtschaft publiziert.

**Wenn sich für eine Firma das Energiesparen nicht gross lohnt, wird es natürlich nicht einfacher, sie zu einer nachhaltigeren Produktion zu überreden...**

**Ivo Peter:** Nicht alle sehen den Nutzen, das stimmt. Das hat auch damit zu tun, dass in vielen KMU zu wenig Zeit und Geld für Weiterbildung zur Verfügung stehen. Damit fehlt oft schlicht die Sensibilisierung fürs Thema. Dabei geht es ja nicht nur darum, weniger Energie zu brauchen und das sofort im Portemonnaie zu merken. Das Thema Nachhaltigkeit ist viel breiter: Immer mehr KonsumentInnen wollen beispielsweise wissen, wie nachhaltig die Ware produziert wurde, die sie kaufen wollen – und sie kaufen sie nur, wenn die Antwort sie überzeugt. Andernfalls wandern sie zur Konkurrenz ab, die schon einen Schritt weiter ist.

**Sabine Ziegler:** Viele KMU denken noch zu wenig in solchen Zusammenhängen – und wundern sich dann, wenn ihre Umsätze sinken. Oder sie finden, sie seien zu klein, und «das mit der Nachhaltigkeit» sei etwas für grosse Unternehmen. Meist sind das bloss Ausreden... und würden diese Leute einen Blick in die Infothek auf [proofit.ch](http://proofit.ch) werfen, dann sähen sie rasch, dass auch Kleine etwas tun können. Was zudem auch oft vergessen geht: Auch soziale Faktoren wie die Lohngleichheit oder Integration von Personen mit einer Behinderung sind Elemente des nachhaltigen Geschäftens – und auch dazu finden

sich in der Proofit-Infothek gute Tipps. Diese trägt übrigens auch der Tatsache Rechnung, dass unterschiedliche Branchen unterschiedliche Bedürfnisse haben: «Die» Nachhaltigkeit gibt es nicht, aber innerhalb jeder Branche kann man nachhaltig produzieren und geschäften – oder eben nicht.

**Ivo Peter:** Für die Heime beispielsweise gibt es einen branchenspezifischen Efficheck, den ein Experte kürzlich überarbeitet hat. Meine Aufgabe war es, seine Empfehlungen umzusetzen. Mir ist aufgefallen, dass es oft kleine Sachen sind, auf die man erst kommen muss – doch die machen dann den Unterschied. So haben zwar beispielsweise in einem Heim alle Radiatoren einen Thermostat, doch das Wasser für den Wärmewagen, in dem das Essen transportiert wird, wird kalt eingefüllt, und das Gerät wird erst noch viel zu früh eingeschaltet. Das heisst, dass zwei, drei Stunden lang Energie verschwendet wird, um Wasser warm zu halten, das gar noch nicht warm zu sein bräuchte. Neu füllen die Angestellten die Wärmewagen erst kurz vor dem Gebrauch mit warmem Wasser aus dem Boiler und sparen so Energie – und das, ohne dass irgend jemand auf irgend etwas verzichten müsste.



**Sabine Ziegler bringt KMU auf den Geschmack der Nachhaltigkeit.**

**Sabine Ziegler:** Weil eine «gute Lösung» je nach Branche anders aussehen kann, habe ich jüngst den Club der «ProfessorInnen» ins Leben gerufen: Die ProfessorInnen sind pensionierte Umwelt- und Energiebeauftragte, ehemalige RegierungsrätInnen, Chefbeamte oder entsprechend qualifizierte Fachleute im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit. Sie helfen uns dabei, Proofit à jour zu halten und sorgen dafür, dass die Qualität unseres Angebots stimmt. Auch das intergenerationale Lernen ist eine Form der Nachhaltigkeit.

## Öbu und Proofit

Die Öbu, die heute als «Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften» bekannt ist, ging Ende der 1980er-Jahre aus einer St. Galler Studenteninitiative hervor. Als diese auf 50 Mitgliederfirmen angewachsen war, gründeten sie am 15. März 1989 in Winterthur die Ö.B.U., Schweizerische Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung. Zu den Gründungsmitgliedern gehörten beispielsweise Coop, Baer, Hoffman La Roche, Nestlé, Kambly und die Swissair. Ihr Ziel war die Weiterentwicklung der Schweizer Wirtschaft nach den

Grundsätzen der Nachhaltigkeit. Dieses verfolgt sie auch heute noch: Durch die Wahrnehmung ökologischer, sozialer und ökonomischer Verantwortung wollen die unterdessen gegen 400 Mitglied-Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern.

Die Online-Plattform Proofit hilft kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) dabei, innert nützlicher Frist alles Nötige zusammenzutragen, um die eigene Firma in ein nachhaltig geführtes Unternehmen umzubauen. Sie wendet sich insbesondere an jene rund 9000 KMU, die zwischen

50 und 250 Mitarbeitende beschäftigen, aber natürlich sind alle 319000 KMU in der CH willkommen... Dank dem Proofit-‘Werkzeug’ namens Efficheck erfahren die Unternehmen branchenspezifisch, wo sie in Sachen Nachhaltigkeit stehen und was sie tun können, um sich weiter zu verbessern. Die Infothek enthält viele gute Tipps und zeigt anhand von Erfolgsbeispielen auf, wie sich Unternehmen nachhaltig verbessern und dabei erst noch wettbewerbsfähiger werden können. nic.