

NACHHALTIGKEIT: NICHT NOCH HÖHER, SCHNELLER, WEITER

Die Umwelt schonen, sparsam mit Ressourcen umgehen – das sind nicht Themen, die erst seit gestern auf der globalen Agenda stehen. Die aktuellen Klimaberichte verleihen ihnen aber neue Dringlichkeit. Was heisst das für unsere Wirtschaft?

In der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts haben eine grosse Ölkrise, saurer Regen und das Waldsterben die Endlichkeit von Ressourcen und die Verletzbarkeit der Ökosysteme ins kollektive Bewusstsein gerufen. In dieser Zeit, in den 1980er-Jahren, wurde auch der Begriff «Nachhaltigkeit» in den Zusammenhang mit Ökologie gebracht. Bisher meinte nachhaltig im eigentlichen Wortsinn «anhaltend», «beständig». Bewegungen, die auf politischem Weg einen verantwortungsvolleren Umgang mit der Umwelt forderten, sprachen von Nachhaltigkeit oder von nachhaltiger Entwicklung – im Sinne eines «Prinzips, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren, künftig wieder bereitgestellt werden kann»¹.

Unternehmen tragen Verantwortung

Am 29. Juli hat die Menschheit die natürlichen Ressourcen, die ihr für das Jahr 2019 global zur Verfügung stehen, bereits aufgebraucht. Am «Earth Over-

shoot Day», wie dieser Stichtag genannt wird, hat der Mensch mehr CO₂ in die Atmosphäre ausgestossen, als die Ozeane und Wälder jährlich aufnehmen können, mehr Fisch aus Meeren und Flüssen entnommen, als dass sich die Bestände erholen könnten, mehr Holz verbraucht, als nachwachsen kann². Von «nachhaltigem» Handeln ist die Weltgemeinschaft also weit entfernt. Wenn Nachhaltigkeit aber in Wissenschaft und Politik schon seit rund 40 Jahren thematisiert wird, warum hat sich das Konzept nicht durchgesetzt? *Herbert Winistörfer* bildet Führungspersonen in Nachhaltigkeitsmanagement aus und leitet die Fachstelle Corporate Responsibility der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften. Der Forscher und Dozent glaubt, dass die Politik der Bremsklotz ist: «Seit Jahrzehnten wissen wir, dass wir die fossile Energie künstlich verbilligen, da wir die Kosten nicht einrechnen, die unsere Enkelkinder für die angerichteten Schäden werden bezahlen müssen.» Dabei stehe dieses Verhalten im Widerspruch zu den Lehrbüchern der Volkswirtschaft. «Da lernen wir, dass Fehlanreize entstehen, wenn



Die internationale Gemeinschaft setzt sich seit Jahrzehnten Nachhaltigkeitsziele – der Ressourcenverbrauch nimmt deswegen nicht ab.

die Preise nicht alle Kosten beinhalten. Augenfälliges Beispiel sind Flugtickets für 50 Franken. Die ökonomische Vernunft verlangt das Einpreisen aller Kosten.» Das Argument von Befürwortern billiger Energie, dass sich Umweltkosten gar nicht berechnen liessen, lässt Winistörfer nicht gelten: «Zuverlässige Studien beziffern heute die Kosten von Klimaschäden hinreichend, sie liessen sich also durchaus einkalkulieren.»

Für Herbert Winistörfer ist eindeutig, dass Unternehmen heute mehr bereit sind, Verantwortung zu übernehmen: «Wenn die internationale Gemeinschaft nicht fähig ist, die Herausforderungen anzugehen, dann richten sich die Erwartungen an andere Akteure, eben zum Beispiel an die grossen Konzerne.» Der Druck nehme zu und löse oft ein Umdenken aus, stellt der Dozent bei den Führungskräften fest, die er in Nachhaltigkeitsmanagement unterrichtet. «Zu Beginn der Ausbildung

zeigen wir den Nachhaltigkeits-Verantwortlichen aus den Betrieben erst einmal auf, dass sie oft schon viel für Nachhaltigkeit tun, zum Beispiel in die Gesundheit der Mitarbeitenden investieren, in Arbeitssicherheit. Da gibt es ganz viele Bausteine, und im Nachhaltigkeitsmanagement geht es darum, bestehende Elemente gezielt zu ergänzen, zu einem in sich stimmigen Ganzen zusammenzubringen und systematisch weiterzuentwickeln.» Schliesslich sollen die Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit einen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten, sagt der Dozent. Steht aber nicht der Konzerngewinn in vielen Fällen eben gerade nachhaltigem Handeln im Weg? «Es liegt an den Eigentümern, die übergeordneten Ziele eines Unternehmens festzulegen – ich erlebe aber viele CEOs von mittelständischen Unternehmen, denen nicht die kurzfristige Rendite das Wichtigste ist. Sie denken längerfristig und legen zum Beispiel Wert auf motivierte Mitarbeitende oder eine gute Zusammenarbeit mit den Behörden.»



adobe.stock.com/dayves

Klimaberichte befeuern Nachhaltigkeitsdebatte

Weil Klimawandel, Umweltzerstörung und Armut globale Probleme sind, haben 2015 sämtliche 193 UNO-Staaten die «Agenda 2030 für nachhaltige

D-INSIDE WOLLTE VON FÜHRUNGSKRÄFTEN DER DROGERIEBRANCHE WISSEN, WAS SIE UNTER NACHHALTIGKEIT VERSTEHEN.



Daniel Bärlocher, Geschäftsführer/General Manager Bimbosan AG

Nachhaltigkeit heisst für uns als Schweizer Produzent von hochwertiger Babynahrung, dass wir alle Produkte ausschliesslich in der Schweiz herstellen lassen und so unnötig lange Transportwege vermeiden. Zudem hat sich Bimbosan als Ziel gesetzt, das umweltschädliche Palmöl in der Babynahrung sukzessive zu ersetzen. Des Weiteren setzen wir wenn immer möglich auf Bioprodukte. Als regional gut verankertes KMU wollen wir unsere Verantwortung der Gesellschaft und den zukünftigen Generationen gegenüber wahrnehmen und so einen kleinen, aber wichtigen Beitrag leisten. Dass uns viele Kunden dabei unterstützen, freut uns sehr.



Angelo Ferrara, Managing Director und Mitglied der Geschäftsleitung Holle baby food AG

Nachhaltigkeit stellt die tragende Säule unserer Identität dar. Wir leben Nachhaltigkeit, ehrlich, transparent, von Anfang an. Das hat für Holle drei Dimensionen: Seit über 80 Jahren produzieren wir hochwertige Babynahrung aus biologisch-dynamischem Getreide. Mit unserer Babykost leisten wir einen entscheidenden Beitrag dazu, dass Babys von Anfang an nachhaltig aufwachsen können. Und zu guter Letzt gilt die Nachhaltigkeit natürlich auch beim Anbau der Rohwaren. Unserem Selbstverständnis liegt ein Kreislaufgedanke zugrunde, sei es mit Blick auf die Saat, das Wachstum, die Erne und Verarbeitung unserer Rohstoffe.

Entwicklung» verabschiedet. Deren Kernstück sind 17 Ziele, die bis 2030 erreicht werden sollen, die Sustainable Development Goals (SDGs). Diese fordern unter anderem die weltweite Bekämpfung der Armut, des Hungers, fordern Zugang zu ärztlicher Versorgung und Bildung, den Ausbau erneuerbarer Energien, saubere Technologien, nachhaltigen Konsum, Klimaschutzmassnahmen, die Erhaltung der Ökosysteme zu Land und zu Wasser (siehe auch «Zusatzinhalte entdecken»). Die Schweiz als mitunterzeichnendes Land richtet ihre Politik der nachhaltigen Entwicklung an den SDGs aus – der Bundesrat will die Ziele der Agenda 2030 in Zusammenarbeit mit Kantonen, Gemeinden, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft erreichen. Konkret sind kantonale Nachhaltigkeitsfachstellen geplant, und die nichtstaatlichen Akteure sollen in einer Begleitgruppe eingebunden sein³. Herbert Winistörfer schätzt das Modell mit den 17 Zielen, es sei praktikabler als früher gebräuchliche Nachhaltigkeitsmodelle. «Und ich war wirklich überrascht, wie schnell die Unternehmen auf die SDGs aufgesprungen sind», sagt der Forscher.

Die intensive Forschung zu Klima und Biodiversität befeuert derzeit die Nachhaltigkeitsdebatte: Ende August hat der Bundesrat aufgrund der neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse des Weltklimarats entschieden, seine Klimaziele zu verschärfen. Ab 2050 soll die Schweiz unter dem Strich keine Treibhausgasemissionen mehr ausstossen. Damit ent-

spricht sie dem international vereinbarten Ziel, die globale Klimaerwärmung auf maximal 1,5°C gegenüber der vorindustriellen Zeit zu begrenzen, wie 2015 im Pariser Klimaübereinkommen vereinbart.

Gibt es «nachhaltiges Wachstum»?

Eines der Nachhaltigkeitsziele der Weltgemeinschaft lautet «menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum» – die Wirtschaft soll also weiter wachsen, aber bitte nachhaltig. Ist es überhaupt möglich, eine Weltwirtschaft, die immer mehr Waren und Dienstleistungen produziert, nachhaltig zu gestalten? «Wachstum ist tatsächlich umstritten, auch in der Wissenschaft», sagt Herbert Winistörfer, «die Intention dieses Ziels ist wohl, dass alle Menschen ein Auskommen in der Wirtschaft finden. Was der Punkt aber auch noch beinhaltet: Das Wirtschaftswachstum sollte sich von der Umweltzerstörung entkoppeln. Bisher sind die beiden nämlich stets linear zueinander gewachsen.» Nicht nur in den internationalen Nachhaltigkeitszielen finden sich Zielkonflikte – wie gehen Manager beispielsweise konkret mit Kundenbedürfnissen oder Trends um, die der Nachhaltigkeit entgegenlaufen, wie die Convenience, die oft ein Mehr an Verpackung, an Veredelung, an Energieaufwand bedeutet? «Ist mehr Convenience immer weniger Nachhaltig-



Andreas Koch, Leiter Galexis

Nachhaltigkeit bedeutet für mich, respektvoll mit unseren Mitmenschen und unserer Umwelt umzugehen. Nachhaltigkeit deckt drei Aspekte ab: Wert, Zeit und Akzeptanz. Nachhaltig muss werthaltig sein. All das, was wir heute entscheiden oder tun, muss auch in Zukunft als sinnvoll und nachvollziehbar erachtet werden. Zweifel müssen über die Zeit der Sicherheit weichen, dass wir das Richtige getan haben.



Clemens Rüttimann, Geschäftsführer Biotta AG

Biotta produziert dank kurzen Transportwegen des Gemüses seit Generationen nachhaltig. Mit unserer neuen Holzschnitzheizung erzeugen wir nun auch sämtliche Prozessenergie klimaneutral. Nachhaltigkeit ist für uns eine Denkhaltung.



Annemarie Widmer, Mitinhaberin und Verwaltungsratspräsidentin der Louis Widmer SA

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für mich als Unternehmerin ein schonender, weitsichtiger und verhältnismässiger Umgang mit allen benötigten Ressourcen entlang der Wertschöpfungskette. Nachhaltigkeit beginnt bei Louis Widmer in der Strategiearbeit und zieht sich durch bis zu simplen Geschichten im Daily Business, wo auch kleine Achtsamkeiten jedes Einzelnen zählen.

keit?», fragt Winistörfer. «Vielleicht finden wir Lösungen, beide zu verbinden. Oder aber wir müssen uns entscheiden: Bringe ich meinen eigenen Kaffeebecher mit zu Starbucks, oder nehme ich dort einen Wegwerfbecher?»

1972 hielt die vielbeachtete Studie «Die Grenzen des Wachstums» fest, dass unendliches Wachstum auf einem endlichen Planeten nicht möglich ist. Spätestens seit dieser wissenschaftlichen Arbeit, die bereits Computermodelle mit einbezogen hatte, hinterfragen Teile von Wissenschaft, Politik und Wirtschaft das Dogma des anhaltenden Wirtschaftswachstums. Heute erlebt Wachstumskritik einen wahren Boom, das Thema ist auf Bestsellerlisten und in Talkshows präsent. Ausgehend von Frankreich vereint derzeit das Konzept der «dé-croissance», englisch «degrowth», Menschen rund um den Globus zu einer Bewegung. Die Kernidee ist Wachstumsrücknahme durch eine Transformation der Produktions- und Lebensweise. Die Bewegung will weg vom wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leitprinzip des «höher, schneller, weiter» und seinen Folgen wie Beschleunigung,

Überforderung und Zerstörung der Umwelt, hin zu Werten wie Achtsamkeit, Solidarität und Kooperation. Ihr Ziel: eine globale Gesellschaft, die allen ein selbstbestimmtes Leben in Würde ermöglicht⁴.

Nachhaltigkeit in der Drogerie

Drogerien haben den Nachhaltigkeitsgedanken früh aufgenommen – als umweltverträgliche Reinigungsmittel auf den Markt kamen, gehörten sie zu den ersten Verkaufsstellen. Auch das Wiederbefüllen von Gebinden war und ist in Drogerien verbreitet. Die Naturkosmetik, in vielen Drogerien ein wichtiges und wachsendes Sortiment, trägt die Nachhaltigkeit quasi im Konzept: Die verarbeiteten Pflanzenrohstoffe stammen oft aus kontrolliertem oder biologischem Anbau, und viele Hersteller unterstützen Fair-Trade-Projekte, die Menschen in den Anbaugebieten ein sicheres Einkommen sichern⁵. Zudem achtet die Branche auf energiesparende Prozesse und eine positive

Bei nervösen Unruhezuständen und Schlafstörungen.

Neurexan® ist ein homöopathisches Arzneimittel und kann typische Beschwerden wie Nervosität, Unruhezustände und Schlafstörungen innerhalb kurzer Zeit bessern.

Neurexan®

Vorteile von Neurexan®

- Sehr gut verträglich
- Wirkt beruhigend und entspannend
- Sediert nicht, Arbeits- und Fahrtauglichkeit bleiben erhalten
- Wirkt rasch



Dies sind zugelassene Arzneimittel.
Lesen Sie die Packungsbeilage
(www.swissmedicinfo.ch).

-Heel

Zulassungsinhaber:in: ebi-pharm ag – 3038 Kirchlindach
www.ebi-pharm.ch / info@ebi-pharm.ch **ebi-pharm**

www.neurexan.ch

CO₂-Bilanz, und Naturkosmetikprodukte werden im Abwasser abgebaut. Ein kleiner Wermutstropfen: Exotische Inhaltsstoffe kommen oft aus fernen Ländern und belasten durch den Transport die Gesamtbilanz der Produkte (siehe auch «Für Ihre Kunden»).

Erinnern wir uns an die Bedeutung von «nachhaltig», bevor der Begriff in die Ökologie übertragen wurde: «anhaltend», «beständig». Auch in diesem Sinn ist Nachhaltigkeit eine Kernkompetenz der Drogerie, die mit Fachberatung die Selbstmedikation fördert und Kunden darin unterstützt, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu erhalten und zu pflegen.

| Lukas Fuhrer

Quellen:

- ¹ www.duden.de/rechtschreibung/Nachhaltigkeit (letzter Aufruf 3.9.2019)
- ² www.wwf.ch/de/medien/earth-overshoot-day-ende-juli-haben-wir-die-ressourcen-der-erde-fuers-ganze-jahr-verbraucht (letzter Aufruf 3.9.2019)
- ³ www.eda.admin.ch/dam/agenda2030/de/documents/flyer-agenda2030_DE.pdf (letzter Aufruf 3.9.2019)
- ⁴ www.degrowth.info/de/was-ist-degrowth/ (letzter Aufruf 3.9.2019)
- ⁵ Vanessa Naef, «Naturkosmetik: nachhaltig und fair», vitagate.ch, 30.1.2017

ZUSATZINHALTE ENTDECKEN!



Die «Sustainable Development Goals» (SDGs) definieren 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung.

Im September präsentierte die UNO den ersten Weltnachhaltigkeitsbericht. Am unabhängigen Expertenbericht war die Universität Bern massgeblich beteiligt.



FÜR IHRE KUNDEN:



Zertifizierte Naturkosmetik gilt als besonders nachhaltig. Ihre Kunden wollen mehr darüber wissen? Empfehlen Sie Ihnen die Publikumsartikel auf vitagate.ch!

PRODUKTE-NEWS



SUPAIR CARE AG

Diese Kaugummis haben's in sich: Vitamine & Co. gibt's jetzt auch genussvoll zum Kauen. Die Wirkung der zuckerfreien Produkte ist effektiv und nur eine Kaugummilänge entfernt. Die R&R Smart Gums Active Mind, Energy Boost, Immune System und Bright Smile sind im Oktober auf dem *Drogistenstern*-Umhelfer. Mit Bon: 1+1 gratis. Gleichzeitig werden die beliebten Swiss Cannabis Gums & Drops beworben.

www.supair-care.ch



EBI-PHARM AG

Viburcol® für Säuglinge und Kinder! Viburcol® reguliert auf sanfte Weise den kindlichen Organismus, ohne Symptome zu unterdrücken. Es eignet sich ideal zur Behandlung von körperlichen Unruhezuständen verbunden mit Weinerlichkeit und Schlaflosigkeit sowie bei Zahnungsbeschwerden und Blähkoliken. Als Zäpfchen oder Flüssigkeit zum Einnehmen. Dies ist ein zugelassenes Arzneimittel. Zulassungsinhaber: ebi-pharm ag, 3038 Kirchlindach.

www.ebi-pharm.ch

VOTRE d-INSIDE ACTUEL!



Retrouvez la version intégrale en français de *d-inside* en format pdf: d-inside.drogoserver.ch/inside_f.pdf