Gothaer

CHEFSACHE

LÖSUNGEN FÜR UNTERNEHMER

Ausgabe 01/2022

RESSOURCEN SCHONEN

Höchste Zeit!

Nur Unternehmen, die beim Thema Nachhaltigkeit Spuren hinterlassen, werden künftig Erfolg haben.

MACHER IM GESPRÄCH
Wie Arzt und TV-Star Dr. Eckart von Hirschhausen die Welt ändern will

VORSICHT FALLE!
Wie man seine Belegschaft für Cyberattacken sensibilisiert

113146 - 04.2022

Wir werden
uns voll auf unser Handwerk konzentrieren können.
In der Gothaer Gemeinschaft bieten wir Ihnen branchenspezifischen Versicherungsschutz.
Speziell für Bau-handwerks-betriebe
Gothaer Branchenkonzept für das Bauhandwerk
Mehr auf www.gothaer.de oder bei der Beraterin/beim Berater der Gothaer in Ihrer Nähe.
Gothaer
Kraft der Gemeinschaft

INHALT

4
Wer? Wie? Was? Wo?
Das Magazin in der „Chefsache“.

7
Chef-Kolumne
Nachhaltige Rendite: Wie man mit gutem Gewissen investiert.

8
Macher im Gespräch
Dr. Eckart von Hirschhausen über die Rettung der Welt.

10

TITELSTORY
Zum Wohle der Welt und der Wirtschaft
Warum nachhaltiges Handeln im Business so wichtig ist und wie erfolgreiche Strategien aussehen können.

13
Neue Initiative „500-50-5“
So hilft die Gothaer dem Mittelstand, klimaneutral zu werden.

18
Meere sauber machen
Bracenet sammelt Geisternetze und macht daraus Schmuck.

20

GUT VERSICHERT
Hackern Paroli bieten
Ein Start-up unterstützt KMU im Kampf gegen Cyberattacken.

22
Die beste Idee meines Lebens
Frei sein auf dem Wasser: Maike Brunk veranstaltet Touren im Hamburger Hafen.

Gut für Menschen, Umwelt und den Unternehmenserfolg: Eine kluge Nachhaltigkeitsstrategie macht Firmen zukunftssicher. Ein Teil davon sind zufriedene Mitarbeiter.

Impressum
„Chefsache“: Exklusives Magazin für Unternehmerkunden der Gothaer Versicherung.
Herausgeber: Gothaer Allgemeine Versicherung AG, Arnoldiplatz 1, 50969 Köln.
Verantwortlich für den Herausgeber: Marcel Boßhammer, Astrid Hemmerbach-Mathen, Bogna Stöckner.
Konzept und Umsetzung: AEMEDIA
Chefredaktion: Astrid Hemmersbach-Mathen (Gothaer Unternehmenskommunikation), Andreas Eckhoff (AEMEDIA).
Redaktion: Andreas Eckhoff, Martina Goy, Oliver Hardt (Foto), Stephan Kuhlmann (Gestaltung), Malte Säger, Achim Schneider, Alexander Siebert.
Druck: Barz & Beienburg GmbH, Köln.

Titel: iStock.com/Olesia Bekh Fotos: iStock.com/Halfpoint, Tim Ilskens

EDITORIAL

„Auch ‚alte weiße Männer‘ hören auf ihre Töchter und Söhne, wenn die fragen, mit welchem Recht wir ihre Zukunft zerstören.

Dr. Eckart von Hirschhausen, Arzt, Entertainer und Unternehmer

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

glaubhaft nachhaltig zu sein, ist für Unternehmerinnen und Unternehmer das Gebot der Stunde. Wir von der Gothaer sind sogar der Überzeugung, dass dauerhafter wirtschaftlicher Erfolg in Zukunft nur noch möglich ist, wenn wir gleichzeitig Verantwortung für die Menschen und das Klima übernehmen, und mehr noch: nur Unternehmen, die Nachhaltigkeit in ihre Strategie einbeziehen, werden für Kundinnen und Kunden relevant bleiben. Für viele Firmen wird der schonende Umgang mit Ressourcen zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor werden. Deshalb haben wir das Thema zum Schwerpunkt dieser Ausgabe gemacht.
Die Titelgeschichte (Seite 10) beschreibt, wie Strategien aussehen und wie Unternehmen dem Thema gerecht werden können. Der Arzt und TV-Star Dr. Eckart von Hirschhausen erklärt im Interview (Seite 8), welche Aufgaben Unternehmerinnen und Unternehmern in einer sich wandelnden Welt zufallen, und an weiteren Stellen im Magazin finden sich Tipps – etwa, worauf es bei nachhaltiger Geldanlage ankommt und wie man damit Renditen erzielen kann (Seite 7).

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen
Ihr „Chefsache“-Team

MAGAZIN

Was ist bei Ihnen absolut Chefsache?

Peter Lewandowski, 64, ist Chefredakteur, Medienmacher, Hochschullehrer, Teamentwickler und derzeit Editorial Director des Kultmagazins „Max“.

„Chef sein beruht für mich nicht auf Hierarchie, sondern auf meiner Rolle als Person und Verantwortlicher. Verantwortlichkeit nach innen bedeutet, einzelne Menschen wertzuschätzen und zu fördern und Teams zusammenzustellen, die sich ergänzen statt blockieren. Verantwortlichkeit nach außen heißt, ständig den Markt zu beobachten und bereit zu sein, notwendige Veränderungen im Unternehmen anzustoßen. Wer Markbeobachtung und Bereitschaft zur Veränderung vernachlässigt, führt in den Misserfolg.“

Für sein Magazin „Max“ suchte der Medienmanager Peter Lewandowski nachhaltige Start-ups – und fand so viele, dass er nun ein ganzes Jahr lang junge Unternehmen begleiten und beschreiben wird.

Paten für den Regenwald

Als Gastschüler verbrachte Kai Andersch ein Jahr in Kanada – im Regenwald zwischen eineinhalbtausend Jahre alten Bäumen. 25 Jahre später ist er Vorstandsvorsitzender des Vereins Wilderness International. Der Klub will mit Hilfe von Spenden **Waldgebiete in Kanada und Peru kaufen** und so schützen. Wer spendet, erhält eine Patenschaft für ein Waldgebiet, ein Quadratmeter kostet einen Euro. Mehr Infos: wilderness-international.org

bareways.com
Google Maps für alle, die etwas mehr über ihre Route wissen wollen, denn diese App zeigt an, in welchem Zustand die Straßen sind, die man befahren möchte.

2,41

Millionen Tonnen
Soviel Plastikmüll gelangt pro Jahr über Flüsse in die Ozeane. Folge ist, dass etwa 90 Prozent aller Seevögel Plastikteilchen im Magen haben.

Workation: Arbeit im Paradies?
Schon mal etwas von Workation gehört? Die Idee „Arbeit plus Ferien“ klingt paradox, doch Laptops und Onlinetools sorgen dafür, dass Arbeit ortsunabhängig verrichtet werden kann. Rechtlich gibt es jedoch Stolpersteine. Deshalb besser vorab informieren, damit die Workation nicht zum Flop wird! Recht- und Steuertipps gibt es hier: workation.de

Mentale Gesundheit stärken

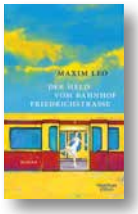
Als erste Versicherung bietet die Gothaer in der betrieblichen Krankenversicherung Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, mit der Meditations-App Headspace Achtsamkeit in ihren Alltag zu integrieren. Durch die Kooperation entsteht ein exklusives Angebot für Firmenkunden. Mitarbeitende, deren Unternehmen bis 30. 9. 2022 einen FlexSelect-Tarif neu abschließen, können den Testsieger bei Stiftung Warentest kostenfrei nutzen.

Ausgeglichenheit durch Meditation: Im Angebot sind auch Kurse für Neulinge.

Besser schlafen, fitter aufwachen: Headspace bietet Tipps für die gesunde Nacht.

Stress verringern, achtsamer leben: Die App bietet dafür Hunderte von Kursen!

LESETIPPS



Das Buch zum Feierabend
Die Geschichte von einem Berliner Videothekenbesitzer, der ungewollt zum Helden wird.
Maxim Leo: Der Held vom Bahnhof Friedrichstraße; Kiepenheuer & Witsch, 22 Euro

Das Buch zum Nachdenken
Erhellende Gedanken über die dringende Notwendigkeit eines neuen, ökologischen Denkens.
Maja Göpel, Eva von Redecker: Schöpfen und Erschöpfen; Matthes & Seitz, 12 Euro

Das Buch zum Business
Antworten auf die Frage darauf, warum wir so schlecht darin sind, uns einschränken zu lassen.
Philipp Lepenies: Politik aus dem Geiste des Unterlassens, Suhrkamp Verlag, 18 Euro

NEU: CHEFSACHE JETZT AUCH DIGITAL

Das eine tun und das andere nicht lassen: Das gilt ab sofort für die Chefsache. Neben der gedruckten Ausgabe gibt es das Magazin unter **gothaer-chefsache.de** jetzt auch digital. Mit dieser Neuerung trägt die Gothaer den **Wünschen ihrer lesenden Kundschaft** Rechnung. Während eine große Gruppe weiterhin nicht auf den haptischen Genuss eines Magazins verzichten möchte, bevorzugen andere zunehmend den schnelleren Informationfluss im Internet.

Mit dem neuen hybriden Angebot kann nun jeder Leser selbst entscheiden, wie er seine Chefsache genießen möchte: als gedrucktes Magazin oder als Blog – oder einfach auf beiden Kanälen .

Wann man Diensthandys auch privat nutzen darf

Wer seiner Belegschaft Diensthandys zur Verfügung stellt, sollte klären, wie diese privat genutzt werden dürfen. Diese Möglichkeiten gibt es: 1. Die Firma erlaubt die Nutzung ausdrücklich. 2. Das Handy darf genutzt werden, allerdings nur innerhalb definierter Grenzen. 3. Die Nutzung ist erlaubt, geht aber mit zwei Nummern („Twin-Bill“) auf Kosten des Arbeitnehmers. 4. Dank Flatrate ist die Nutzung unbeschränkt erlaubt.

Fotos: bareways.com, iStock.com/Zaripov Andrej, Kiepenheuer & Witsch, Matthes & Seitz, Peter Lewandowski, rawpixel.com/McKinsey, Suhrkamp Verlag, Wilderness International

WIR GEBEN GAS, SIE STARTEN DURCH!

Auf dem Gelände des historischen Tempowerks eröffnet eines der modernsten Hotel- und Konferenzzentren Deutschlands. Wir bieten: elf Räume von der Eventhalle „Schmiede“ bis zum analogen Workout-Room „Turnhalle“ , Hotel und Restaurant. Wer nicht kommt, ist selber schuld!

Buchungen ab sofort unter dem Code „Chefsache“ telefonisch unter 040 790 12-930 oder per Mail an: arbeiten@tempo-werk.de
www.tempo-werk.de

CHEF-KOLUMNE

FINANZTIPP

Nachhaltige Renditen

An dieser Stelle schreiben Führungskräfte über Recht, Steuern und Finanzen. Dieses Mal: Volker Weber, Vorstandsvorsitzender des „Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V.“ (FNG), über Investieren mit besserem Gewissen.

Nachhaltige Geldanlagen bleiben auf Wachstumskurs und sind im Mainstream angekommen. In dem von uns erstellten Marktbericht 2021 rechneten 71 Prozent der Studienteilnehmenden mit einem Wachstum nachhaltiger Geldanlagen von mehr als 15 Prozent. Schlüsselfaktoren für die Entwicklung des nachhaltigen Anlagemarktes in Deutschland sind nach der Studie vor allem die Nachfrage von institutionellen Investoren, Änderungen von gesetzlichen Rahmenbedingungen, Marketing, Reputation sowie die Nachfrage von Privatinvestoren und -investorinnen.

Doch was sind nachhaltige Geldanlagen überhaupt? Für uns sind nachhaltige Geldanlagen Produkte und Anlagevehikel, die ökologische, soziale und governancebezogene Aspekte explizit in ihren Anlagebedingungen berücksichtigen und eine schriftlich formulierte Anlagepolitik zur Nutzung von ESG-Kriterien beinhalten. Darüber hinaus sind bei nachhaltigen Geldanlagen die ESG-Kriterien in den Produktdokumenten festgelegt.

Nach der Methodologie des European Sustainable Investment Forum (Eurosif) kommen acht unterschiedliche Investmentstrategien zur Anwendung: Ausschlusskriterien, Best-in-Class-Ansatz, Engagement, ESG-Integration in den Analyse-Prozess des Finanzproduktes, Impact Investments, nachhaltige Themenfonds, normbasiertes Screening und Stimmrechtsausübung als Teil von Engagement. Mit einem Anteil von 93 Prozent werden Ausschlusskriterien am häufigsten angewendet. Dabei führen Menschenrechtsverletzungen, gefolgt von Korruption, Kohle und Arbeitsrechtsverletzungen die Liste der Ausschlüsse an. Ebenfalls hoch in der Gunst der Produktanbieter steht das normbasierte Screening, also die Überprüfung von Investments nach ihrer Konformität mit bestimmten internationalen Standards und Normen, etwa dem UN Global Compact. Auch Impact Investments entwickeln sich dynamisch. Das Volumen von Impact Investments ist in den letzten Jahren stark gewachsen und lag in Deutschland im Jahr 2020 bei 16,6 Milliarden Euro – das entspricht einem Wachstum von mehr als 100 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das FNG definiert Impact Investments als Investitionen, die neben einer finanziellen Rendite auch einen positiven Beitrag zur Lösung von ökologischen und sozialen Problemen leisten und sich durch fünf Impact-Merkmale auszeichnen: Intentionalität, Zusätzlichkeit, Wirkungskanäle, Messbarkeit und Transparenz. Falls Sie mehr darüber wissen wollen, empfehle ich Ihnen unsere Publikation „FNG-Spezial: Impact“.

NACHHALTIGE GELDANLAGEN STEHEN KONVENTIONELLEN BEI DER PERFORMANCE IN NICHTS NACH

Eine einheitliche und allgemeingültige Definition von Nachhaltigkeit gibt es allerdings noch nicht. Das FNG setzt sich jedoch bereits seit 20 Jahren für mehr Transparenz, Qualität und Wachstum nachhaltiger Geldanlagen ein. Dabei bieten wir drei Standards an, die bei der Auswahl der passenden Produkte unterstützend eingesetzt werden. Die FNG-Nachhaltigkeitsprofile unterstützen als Orientierungshilfe bei der Auswahl nachhaltiger Investmentfonds und basieren auf einer Selbstauskunft der Anbieter. Der Eurosif-Transparenzkodex bietet ausführliche Informationen zur Definition von Nachhaltigkeit aus Sicht des Produktanbieters sowie zur zugrunde liegenden Investmentstrategie eines Fonds und wird vom FNG gemeinsam mit dem europäischen Dachverband Eurosif seit 2008 verliehen. Das FNG-Siegel kam 2015 auf den Markt und ist der Qualitätsstandard für nachhaltige Investmentfonds im deutschsprachigen Raum. Die damit einhergehende Nachhaltigkeits-Zertifizierung muss jährlich erneuert werden. Mit diesen Informationen kann eine fundierte Investment-Entscheidung getroffen werden. Studien belegen außerdem, dass nachhaltige Geldanlagen ihren konventionellen Pendants bei der finanziellen Performance in nichts nachstehen. Zusätzlich bieten sie sogenannte asymmetrische Vorteile, also geringere Performanceverluste in Krisenzeiten. Mittlerweile gibt es für fast jedes Finanzprodukt eine nachhaltige Alternative: von Investmentfonds bis zum Girokonto. Es lohnt sich daher eine Überprüfung der eigenen Anlageprozesse. Denn jedes Investment hat einen Impact – positiv oder negativ.

DAS IST DAS FNG

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. (FNG) ist der Fachverband für Nachhaltige Geldanlagen in Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz. Er repräsentiert mehr als 200 Mitgliedsunternehmen, die sich für mehr Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft einsetzen.

Illustration: Stephan Kuhlmann

ZUR PERSON

Dr. Eckart von Hirschhausen ist Gründer der Stiftung „Gesunde Erde – Gesunde Menschen“. Die Stiftung hat sich zum Ziel gesetzt, die Zusammenhänge von Klimawandel, Umwelt und Gesundheit anschaulich zu machen. Er ist auch Autor („Mensch, Erde! Wir könnten es so schön haben“) und setzt sich seit 2018 für eine medizinisch und wissenschaftlich fundierte Klimapolitik ein. Er ist Mitglied der „Scientists for Future“ und Unterstützer der „Deutschen Allianz Klimawandel und Gesundheit“ (KLUG).

„Erst die Diagnose, dann die Therapie“

Er ist Arzt, Fernsehstar, Hochschullehrer und Unternehmer: Dr. Eckart von Hirschhausen über Inspiration für zukünftige Generationen, sein Engagement für Nachhaltigkeit und die heilende Wirkung von Humor.

Herr von Hirschhausen, Ihre großen Themen sind die Klimakrise und der Gesundheitsschutz. Anfang des Jahres sind Sie zum Honorarprofessor ernannt worden. Ist man in dieser Konstellation ein Macher?

Eckart von Hirschhausen: Die Honorarprofessur ist mir eine große Ehre. Ich freue mich, dass die Themen, für die ich mich seit vielen Jahren einsetze, auch in der akademischen Welt zunehmend Anerkennung finden. Wenn ich damit die nächste Generation der Medizinerinnen und Mediziner inspirieren kann, ist das ein großartiger Hebel. Ich halte nun die Vorlesungen, von denen ich mir gewünscht hätte, sie in meiner Ausbildung gehabt zu haben. Ein Macher war ich schon immer, ich habe nie den Beruf gewechselt, nur die Spielfelder.

Wie meinen Sie das?

Als Arzt liegt mir immer schon unsere Gesundheit besonders am Herzen. Gegen Viren kann man impfen, gegen Hitze nicht. Der Mensch hält aber nicht mehr als 41 Grad Kerntemperatur aus, deshalb ist die Klimakrise ein medizinscher Notfall, gegen den wir mit keiner Tablette, keiner Operation und keiner anderen klassischen Therapie ankommen, nur mit guter Prävention und Public Health. Daher habe ich mich der Ursachenbekämpfung verschrieben und bin Botschafter für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Die 17 formulierten Ziele sind wichtig, weil wir nur noch wenige Jahre Zeit haben, die Lebensbedingungen auf der Erde erträglich für alle zu gestalten. Auf meinem aktuellen Buch „Mensch Erde – Wir könnten es so schön haben“ gibt es einen Button „Drei Krisen zum Preis von zwei“. Was wie ein Marketinggag daherkommt, ist die bittere Wahrheit: Die Klimakrise, das Artensterben und die Covid-19-Pandemie hängen sehr eng miteinander zusammen. Es gibt ein Zeitfenster von wenigen Jahren, in dem entschieden wird, ob wir dauerhaft und unwiderruflich das Erdsystem überhitzen oder eine enkeltaugliche Welt erschaffen.

Also sind Sie eher ein Mahner?

Mit meiner Stiftungsarbeit „Humor hilft heilen“ und „Gesunde Erde – Gesunde Menschen“ versuche ich, aktiv zu sein und dicke Bretter zu bohren: mehr humane Humanmedizin und die Klimakrise und die globale Gesundheit mit wirksamer Politik angehen. Das hilft enorm gegen das Gefühl von Ohnmacht. Ich habe ein tolles Team und Kooperationspartner: Gemeinsam bewegen wir etwas. Ich möchte nicht nur auf meinen Fußabdruck schauen, der natürlich viel zu groß ist, sondern vor allem auf den Handabdruck. Wo kann ich etwas zusammen mit anderen in Bewegung bringen? Stiftungen sind das Venture Capital der Zivilgesellschaft. Vermögen bedeutet nicht nur Geld zu haben, sondern man vermag etwas zu bewegen.

Sind in der Krise vor allem diejenigen gefragt, die wirtschaftlich erfolgreich sind, also Unternehmer und Unternehmerinnen?

Ja, unbedingt! Nur wenn wir die irregeleiteten Subventionen in fossile Infrastruktur sofort beenden und die Finanzströme in nachhaltige Investments umschichten, haben wir eine Chance. Viel zu lange galten Ökologie und Ökonomie als Feinde, aber inzwischen gibt es die Stellungnahmen von allen großen Thinktanks, Investoren und Beratern, die erkannt haben: green oder gar nicht. Das Teuerste, was wir jetzt tun können, ist nichts zu tun. Unternehmerinnen und Unternehmer können Vorreiter sein. Wer das verpasst, spielt bald nicht mehr mit. Das geht los beim Bezug von erneuerbaren Energien, Konten bei ethischen und nachhaltigen Banken und einem der größten Hebel überhaupt, der Geldanlage. In der Pandemie haben sich nachhaltige Fonds viel besser entwickelt als viele konventionelle. Damit noch mehr Geld in Innovation und Erhalt unserer Lebensgrundlagen geht, braucht es einen wirksamen Co_2-Preis mit sozialer Komponente wie in der Schweiz. Ein Witz, dass wir das bisher nicht hinbekommen haben und lieber Tanken und Flugbenzin weiter subventionieren.

Humor ist das Stichwort. Eigentlich sind Sie als Entertainer bekannt. Nun wollen Sie nicht mehr unterhalten, sondern die Welt retten?

Die Welt ist eine andere als vor zwölf Jahren, und ich habe mich auch verändert. Ich war immer schon ein vielseitiger Mensch, mit Standbein und Spielbein, Neugier und dem Wunsch, Dinge weiterzuentwickeln. Die Menschen unterscheiden nicht nach „E“ und „U“, sie unterscheiden zwischen authentisch oder aufgesetzt, langweilig oder interessant. Mitzuhelfen, unsere Welt zu retten, ist angesichts der brisanten Lage eher eine Selbstverständlichkeit. Die Rolle als lustiger Arzt habe ich schon vor drei Jahren verlassen. Wir Menschen sind die einzigen, die nach vorne schauen können. Das nimmt uns keiner ab, denn wir wissen, dass uns nur noch wenig Zeit bleibt, den Hebel umzulegen. Wir haben lange genug wertvolle Zeit verplempert bei der Gesundung des Planeten.

Inwieweit hat Ihnen Ihre Ausbildung als Mediziner geholfen, zu diesen globalen Erkenntnissen zu kommen?

Eines habe ich als Arzt gelernt: erst die Diagnose stellen, und dann über die Therapie reden. Daran halte ich mich.

Glaubt man Ihnen mit diesem Hintergrund mehr als anderen?

Gesunde Menschen gibt es nur auf einer gesunden Erde. Natürlich hilft es, wenn ein Arzt solche Thesen aufstellt und sie verständlich darstellt. Die Klimakrise, die Pandemie, das Artensterben sind drei existenziell bedrohliche Krisen – alles Katastrophen mit Ansage. Je länger wir zu wenig dagegen unternehmen, desto heftiger und unwiderruflicher zahlen wir und die nächsten Generationen mit unserer Gesundheit den Preis.

Wenn Sie in die Zukunft schauen: Die Fridays-for-Future-Demos gewinnen zunehmend an Öffentlichkeit. Bedeutet das, dass zukünftige Führungskräfte eine andere Einstellung zu den Themen haben werden als die heutigen?

Das ist heute schon so. Und auch „alte weiße Männer“ hören auf ihre Töchter und Söhne, wenn die am Küchentisch fragen, mit welchem Recht wir ihre Zukunft zerstören. Ich erlebe in diesen Fragen aber auch eine sehr offene und kooperative Umgangsweise, Wissen und Kontakte zu teilen und zu verstehen: Wir schaffen das gemeinsam oder gar nicht. Was ich an der neuen Protestkultur mag: Da sind sehr viele sehr tief in den Themen und dennoch humorvoll. Ich liebe die Plakate mit Augenzwinkern: „Kurzstreckenflüge nur für Insekten“, „Wozu Bildung, wenn keiner auf die Gebildeten hört?“ oder noch direkter „Klima ist wie Bier – warm ist Scheiße!“

DREI TIPPS FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

1

Humor: Wer sich selbst auf den Arm nehmen kann, macht es den anderen leichter.

2

Kooperation: Ideen wachsen schneller als Bäume. Jeder kennt jemanden, der was bewegen kann.

3

Menschenliebe: Wie schon Affenforscherin Jane Goodall sagte: Wie kann es sein, dass die schlaueste Kreatur, die jemals auf diesem Planeten gewandelt ist, ihr eigenes Zuhause zerstört? Wir können es schöner haben auf der Erde. Und viel gesünder.

Fotos: Julian Engels

Höchste Zeit

Gut für die Welt, gut für die Menschen, gut für die Firma: Immer mehr Unternehmen wollen (oder müssen) nachhaltig wirtschaften. Aber wie sieht eine Strategie aus, warum muss sie so schnell auf die Spur gebracht werden und wie erreicht die Wirtschaft mehr Nachhaltigkeit?

E

Eins ist klar: Mit Saubermachen kennen sie sich bei Kärcher aus. Die Firma mit Sitz in Winnenden bei Stuttgart ist einer der führenden Hersteller von Reinigungsgeräten und -systemen. Mehr als 14.000 Menschen arbeiten weltweit für das deutsche Unternehmen. Der Umsatz ist 2021 um 13,6 Prozent gewachsen und betrug erstmals mehr als drei Milliarden Euro.

Allerdings hat Kärcher im vergangenen Jahr nicht nur den Sandstein- und Mosaikboden des Kölner Doms gereinigt, auch die Ökobilanz der Schwaben glänzt blitzeblank. Und das hat nichts mit Greenwashing zu tun. Bereits seit 2021 produzieren alle 20 Werke weltweit CO_2-neutral. Insgesamt sind die Emissionen von 17 Tonnen in 2015 auf 12,7 Tonnen in 2020 gesunken. Der Wasserverbrauch wurde beinahe halbiert. Und die Verpackungen bestehen schon heute zu 93 Prozent aus Papier. „Be the difference“ lautet das Motto, dem sich Kärcher verschrieben hat. Gerade erst wurde das Unternehmen dafür mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet.

Das Rekordergebnis, die Ökobilanz, die Auszeichnung: Hartmut Jenner, Vorstandsvorsitzender, sieht sich auf seinem Weg bestätigt. „Am Ende des Tages ist ökonomischer Erfolg nicht die Voraussetzung für Nachhaltigkeit, sondern Nachhaltigkeit die Voraussetzung für ökonomischen Erfolg“, sagt er. Diesen Gedanken verfolgen sie bei Kärcher spätestens seit 2014 und dem Nachhaltigkeitsprogramm „Sustainability Excellence“ konsequent. Das hat das Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit zu einem Vorreiter in Deutschland gemacht.

Aber andere Unternehmen ziehen nach und haben Nachhaltigkeit auf der Agenda nach oben gerückt. So beurteilen laut Mittelstandsstudie der Commerzbank 80 Prozent der rund 2.000 befragten Unternehmen das Thema als maßgeblich für den dauerhaften Erhalt der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit. Knapp 70 Prozent sehen darin eine Chance für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit. Bei der Umsetzung allerdings hapert es noch. Bislang verfolgt nur ein gutes Drittel der Firmen eine konkrete Strategie. Bei einem weiteren Drittel ist sie immerhin schon in Planung.

Aber was genau ist eigentlich zu planen? Was bedeutet es, nachhaltig zu wirtschaften und warum ist das wichtig? Wie entsteht eine gute Nachhaltigkeitsstrategie – und worauf kommt es an?

Fragen wie diese bekommt Prof. Dr. Laura Marie Edinger-Schons immer häufiger gestellt. Sie leitet den Lehrstuhl Nachhaltiges Wirtschaften an der Universität Mannheim, den sie 2016 gegründet hat. Sie sagt: „Unter nachhaltigem Wirtschaften verstehen viele nur den ökologischen Aspekt, also Klimaschutz. Dabei spielen auch Faktoren wie der Umgang mit Mitarbeitern, faire Produktionsstandards oder Lieferketten eine Rolle.“

Für 80 Prozent der KMU ist Nachhaltigkeit maßgeblich für langfristigen Erfolg

70 Prozent sehen darin eine Chance für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit.

Einen guten Überblick über die verschiedenen Bereiche liefern die sogenannten Sustainable Development Goals, kurz: SDGs. Sie sind Teil der Agenda 2030 zur nachhaltigen Entwicklung, auf die sich die Vereinten Nationen 2015 verständigt haben. Zu den 17 Zielen zählt beispielsweise, Armut zu bekämpfen, Bildungsangebote zu schaffen, Hunger zu lindern, bezahlbare und saubere Energie bereitzustellen oder Wirtschaftswachstum menschenwürdig zu gestalten. Zusammengefasst werden diese Ziele in den sogenannten ESG-Faktoren. ESG steht für Environment, Social und Governance, also für Umwelt, Soziales und Führung. Für nachhaltiges Wirtschaften bedeutet das, unternehmerisches Handeln in Einklang zu bringen mit Klimaschutz, gesellschaftlicher Verantwortung und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Das klingt philosophisch, deshalb hat Edinger-Schons auch direkt ein Beispiel aus der Praxis parat: Der Outdoor-Ausrüster Vaude ist, wie die Firma Kärcher, einer der Vorreiter für Nachhaltigkeit in Deutschland. Das gilt spätestens, seit Antje von Dewitz 2009 die Geschäftsführung von ihrem Vater übernommen hat und die Nachhaltigkeitsstrategie konsequent weiterentwickelt. Dazu gehört nicht nur, den Wasserverbrauch zu reduzieren, weniger Chemie einzusetzen oder den CO_2-Ausstoß entlang der Wertschöpfungskette zu verringern, sondern auch, dass die Produkte unter fairen Bedingungen produziert werden. Gemeinsam mit der Universität Mannheim entwickelt Vaude deshalb gerade →

„NACHHALTIGKEIT WIRD WICHTIGER, WEIL DER DRUCK GRÖSSER WIRD“

Prof. Dr. Laura Marie Edinger-Schons, Universität Mannheim

Fotos: iStock.com/Blue Planet Studio, Turo Ulvinen

Wer heute seine Pläne für morgen schreibt, sollte dabei unbedingt das Thema Nachhaltigkeit einplanen. Ein Aspekt ist Ökostrom, der beispielsweise aus Windkraft oder der Sonnenenergie gewonnen wird.

Nachhaltigkeit – das bedeutet auch, gute Produkte fair zu produzieren. Zum Beispiel Kleidung.

→ eine App, um den Kontakt zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Produktion in Fernost zu pflegen. „Hierzulande kümmern sich Betriebe mittlerweile ganz gut um das Wohlbefinden ihrer Angestellten“, sagt Edinger-Schons, „aber Wellbeing muss doch auch bei den Partnerfirmen vor Ort möglich sein.“ Gesagt, getan. Bald kommuniziert Vaude per App mit den Belegschaften seiner 17 Zulieferer in China und Vietnam, erfährt aus erster Hand, wie es ihnen geht und wie die Arbeitsbedingungen dort sind. Die Technologie will die Universität übrigens auch anderen Firmen zur Verfügung stellen.

Mit Umweltschutz allein ist es also beim Thema Nachhaltigkeit nicht getan. Es ist ebenso wichtig, sich sozial zu engagieren und verantwortungsvoll mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern umzugehen. Aber warum wird dieses ganze Thema Nachhaltigkeit überhaupt immer wichtiger? „Weil der Druck immer größer wird“, erklärt Edinger-Schons. Und tatsächlich steigt der Druck auf drei Ebenen: von innen, von außen und von oben.

Für den Druck von innen sorgen die Kolleginnen und Kollegen. Laut einer aktuellen Forsa-Umfrage finden mehr als die Hälfte der Deutschen, dass Nachhaltigkeit im Berufsalltag eine wichtige Rolle spielt. Allerdings sind sechs von zehn Befragten der Meinung, dass die Rolle durchaus noch größer sein dürfte. Besonders groß ist dieser Anteil bei jungen Menschen. Und das ist gleichzeitig ein Risiko für die Unternehmen. Schließlich sind diese Menschen die Fachkräfte von morgen, die in Zukunft immer schwieriger zu finden sein werden. „Deshalb werden die fairsten und nachhaltigsten Unternehmen sich die Bewerberinnen und Bewerber aussuchen können, während andere das Nachsehen haben“, sagt Birgit Engler, Partnerin bei Porsche Consulting, das die Umfrage in Auftrag gegeben hat.

Den Druck von außen üben vor allem Konsumenten aus. Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen werden immer stärker nachgefragt. So achten etwa bei Lebensmitteln 52 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher darauf, ob sie nachhaltig produziert wurden. Bei großen Geräten für den Haushalt, also Waschmaschinen

„WER NACHHALTIGKEIT WILL, DARF SICH NICHT TREIBEN LASSEN. EINE STRATEGIE IST NÖTIG.“

Jan-Marten Krebs, Gründer und Geschäftsführer der sustainable AG.

oder Trocknern, sind es immerhin 36, bei Kleidung und Schuhen 30 Prozent. Das haben die Berater und Beraterinnen von EY (Ernst & Young) herausgefunden. „Nachhaltigkeit ist in den Köpfen der Verbraucher angekommen“, sagt Klaus Ballas, Partner Advisory Services bei EY. „Für nachweislich umweltfreundliche Produkte sind sie nach eigenen Angaben bereit, mehr zu zahlen“, sagt er. Mehr als zwei Drittel →

Grüner Glanz fürs Büro: Bepflanzte Gewerbegebäude sind nicht nur gut für die Umwelt, sondern sehen auch noch attraktiv aus.

HINTERGRUND

Fertigmachen zur Wende

500 Unternehmen, 50 Prozent weniger CO_2 in den nächsten 5 Jahren: Mit der Initiative „500-50-5“ unterstützt die Gothaer kleine und mittelständische Unternehmen auf dem Weg in eine klimaneutrale Zukunft.

Deutschland steht vor einer Mammutaufgabe. Bis 2030 will die Bundesregierung im Vergleich zum Jahr 1990 insgesamt 65 Prozent CO_2 einsparen. So steht es im neuen Klimaschutzgesetz. Das setzt insbesondere die Wirtschaft unter Druck, schließlich ist sie einer der größten CO_2-Verursacher. Allein Energiewirtschaft und Industrie verantworten fast die Hälfte der gesamten Emissionen hierzulande. Damit schaden sie nicht nur der vom Klimawandel bedrohten Umwelt. Darüber hinaus kostet der Schadstoffausstoß durch den im Klimaschutzgesetz festgeschriebenen CO_2-Preis schon bald richtig viel Geld. Höchste Zeit also, gegenzusteuern.
Die Gothaer unterstützt den Mittelstand deshalb bei der Umsetzung der Energiewende. Mit der Initiative „500-50-5“ wird der Konzern 500 kleinen und mittelständischen Unternehmen helfen, ihren CO_2-Ausstoß um 50 Prozent zu reduzieren – innerhalb von nur fünf Jahren.

KLIMAABKOMMEN, KLIMAZIELE UND DER TREND ZU MEHR NACHHALTIGKEIT ZWINGEN UNTERNEHMEN ZUM HANDELN

Als führender Partner für den Mittelstand mit mehr als 370.000 versicherten Unternehmen kennt die Gothaer die Herausforderungen dieser Betriebe sehr gut. So haben Klimaabkommen, Klimaziele und der Trend zum nachhaltigen Lebensstil den politischen Rahmen verändert und Nachhaltigkeit in den Fokus gerückt. Viele Mittelständler haben bereits die Notwendigkeit, aber auch die wirtschaftlichen Chancen des Klimaschutzes erkannt. „Der deutsche Mittelstand ist geprägt von einer Macher-Mentalität“, sagt Oliver Schoeller, Vorstandsvorsitzender der Gothaer. „Diese Liebe zum Machen teilen wir.“ Deshalb heißt das Motto der „500-50-5“-Initiative: „Einfach mal machen.“

„Nur 16 Prozent der Mittelständler kennen ihren CO_2-Fußabdruck“

Sören Heinzmann, Geschäftsführer Gothaer Digital GmbH und Leiter der Initiative „500-50-5“

SO KÖNNEN SIE MITMACHEN

Alle Infos zur Aktion gibt es auf:
www.gothaer.de/einfachmalmachen

Oder bei Ansprechpartner
Sören Heinzmann
0221 / 975 894 64
energiewende@gothaer-digital.de

Der erste Schritt besteht für alle 500 Unternehmen aus einer Bestandsanalyse: Dafür erhalten die Firmen kostenlos Zugang zu einem Tool, mit dessen Hilfe sie ihre CO_2-Emissionen erfassen können. „Nur 16 Prozent der Mittelständler kennen aktuell ihren CO_2-Fußabdruck“, sagt Sören Heinzmann, Geschäftsführer der Gothaer Digital GmbH und Leiter der Initiative. Deshalb unterstützt die Gothaer zusammen mit ihrem Partner COZERO die Unternehmen dabei, ihre eigene CO_2-Bilanz nach den Kriterien des sogenannten „Greenhouse Gas Protocol“ zu erstellen. Diese Bilanz bildet zum einen die Grundlage für die Entwicklung gezielter Maßnahmen, zum anderen ist sie ein Indikator für die Erfolgsmessung. „Mit den Ergebnissen können wir für die Unternehmen individuelle Lösungspfade entwickeln“, erklärt Sören Heinzmann: „Das beginnt beim Thema E-Mobilität, über die Energieversorgung für Gebäude und Produktion und endet bei der Wärmewende, etwa durch Nutzung von Wärmepumpen oder Energiemanagementsystemen.“ Parallel dazu baut die Gothaer ihr Netzwerk aus Expertinnen und Experten sowie Dienstleistungsunternehmen weiter aus – und ermöglicht den Teilnehmerinnen und Teilnehmern somit Zugang sowohl zu etablierten als auch innovativen Lösungen. Über dieses Netzwerk erhalten sie dann ebenfalls Hilfe bei der Umsetzung ihrer Klimaschutzmaßnahmen und möglichen Förderungen. Darüber hinaus werden auch Best Practice-Fälle über diese Plattform geteilt. Der letzte Schritt besteht darin, regelmäßig Bilanz zu ziehen. Schließlich soll die Energiewende auch zum Erfolg führen.

Fotos: Gothaer Digital GmbH, iStock.com/kaew6566, iStock.com/noa, Jan Grüne

Revolution auf vier Rädern

Mobilität ist ein wichtiger Faktor für das Erreichen der Klimaziele. Wie junge Tech-Unternehmen den Markt aufmischen.

Das Auto ist ein Klimakiller. Allein in der EU verursacht der Verkehr fast ein Drittel der CO2-Emissionen. Bis 2050 will die EU jedoch klimaneutral sein. Mobilität spielt also eine wichtige Rolle.
Die Branche hat die Zeichen der Zeit erkannt. Mit Tesla ist ein E-Auto-Hersteller gemessen am Aktienkurs wertvoller als fast alle traditionellen Hersteller zusammen. Und Tesla war erst der Anfang. E-Mobilität und autonomes Fahren öffnen ganz neuen Playern die Türen zum Markt: junge Tech-Unternehmen, die das Auto nicht nur als Fahrzeug entwickeln, sondern als Computer.

E-Auto und Akku: Der „Sion" von Sono Motors.

Zum Beispiel Faraday Futur. Der E-Auto-Hersteller aus dem Silicon Valley wurde bereits 2014 gegründet, hatte sich aber mit dem Bau eines Werks in der Wüste Nevadas übernommen. Es folgte der Kahlschlag. Jetzt sollen die Autos meist extern gefertigt werden. Außerdem steht der Börsengang an. In drei Jahren will das Unternehmen seine Bewertung von aktuell rund drei Milliarden Dollar verfünffachen. Die erste Milliarde sei bereits gesichert. Um Geld müssen sie sich bei Nio dagegen keine Sorgen machen. Als der chinesische E-Auto-Hersteller vor drei Jahren fast pleite war, half der Staat mit einer kräftigen Finanzspritze aus. Anfang 2021 ist dann bereits das 100.000. Auto vom Band gerollt, nach gerade einmal drei Jahren. Zum Vergleich: Tesla benötigte für diesen Meilenstein mehr als doppelt so lange. Ab diesem Jahr sollen Nios SUVs und Limousinen in Deutschland verkauft werden.
Und auch hierzulande mischt ein Start-up mit auf der Weltbühne der Tech-Autobauer: Sono Motors. Die Münchner revolutionieren mit ihrem Sion das Fahren. Die Karosserie ist mit insgesamt 248 Solarmodulen bestückt. Wenn die Sonne scheint, versorgen sie das Auto mit Energie. Das erhöht die Reichweite pro Tag im Schnitt um 16 Kilometer – fast 6.000 Kilometer im Jahr. Außerdem funktioniert der Ladekreislauf bidirektional, das heißt, das Auto kann auch andere Geräte mit Strom versorgen.

→ der Befragten haben das angegeben. Aber nicht nur sie sorgen für Druck von außen. Es ist auch der wirtschaftliche Rahmen, der sich verschiebt – zum Beispiel beim Thema Geld. „Wer seine Strategie nicht anpasst, wird Probleme kriegen, an Fremdkapital zu kommen", sagt Professorin Edinger-Schons. Schließlich würden Kapitalgebende stärker darauf achten, wie nachhaltig und damit zukunftssicher ein Unternehmen aufgestellt ist. Es gilt: gute Nachhaltigkeitsstrategie, günstigere Kredite.

Auf der dritten Ebene, von oben, entsteht der Druck letztendlich durch den Gesetzgeber. Weil auch die Politik immer ambitioniertere Ziele ausspricht, lässt sie Forderungen folgen, mit Hilfe derer die Ziele auch erreicht werden können. Da ist zum Beispiel der Europäische Green Deal. Bis 2050, so haben es die Europäische Union und ihre 27 Mitgliedsstaaten beschlossen, wollen die Länder klimaneutral sein. In einem ersten Schritt sollen bis 2030 die Treibhausgasemissionen im Vergleich zu 1990 um mehr als die Hälfte sinken, genauer gesagt um 55 Prozent. Um das zu schaffen, hat die Bundesregierung das sogenannte Klimaschutzgesetz auf den Weg gebracht. Das Ziel der Regierung ist sogar noch ambitionierter: Sie will 65 Prozent schaffen. Deshalb kosten etwa Emissionen jetzt immer mehr Geld. Für eine Tonne ausgestoßenes CO_2 zahlen Unternehmen zunächst 25 Euro. Bis 2025 soll der Preis auf 55 Euro pro Tonne steigen. Eine weitere Maßnahme ist das Lieferkettengesetz. Es verpflichtet Betriebe darauf zu achten, dass innerhalb ihrer Lieferketten auf die Umwelt geachtet, soziale Aspekte verfolgt und nicht gegen Menschenrechte verstoßen wird. Noch dazu sollen Unternehmen in Deutschland ab einer Größe von 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bis Ende des Jahres verpflichtet werden, einen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen. Bisher galt diese Pflicht nur für große Konzerne mit mehr als 500 Beschäftigten und einem Umsatz von mehr als 40 Millionen Euro.

Damit Unternehmen nicht unter dem Druck zerbrechen, müssen sie sich bewegen. Dieser Meinung ist auch Jan-Marten Krebs: „Allerdings ist es wichtig, nicht getrieben zu handeln, sondern die relevanten Aspekte aufzugreifen. Dafür braucht es eine strategische Ausrichtung." Krebs ist Vorstand der sustainable AG, die er 2008 gegründet hat. Mit mittlerweile 35 Angestellten hilft er Unternehmen dabei, strategisch nachhaltiger zu werden. Aber wie funktioniert das? Es beginnt mit einer Wesentlichkeitsanalyse. Das klingt bürokratisch, deshalb sagt Krebs es etwas anders: „Ich muss mir den Impact meines Unternehmens angucken." Mit anderen Worten: Was mache ich und welche Auswirkung hat das. Natürlich ist das von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Während der Chemiekonzern BASF zum Beispiel für rund ein Prozent der Treibhausgasemissionen in Deutschland verantwortlich ist, steht der Onlinehändler Amazon eher für seine Arbeitsbedingungen in der Kritik. Beides ist nicht besonders nachhaltig; zum einen in Sachen Umweltschutz, zum anderen in Sachen sozialer Verantwortung. „Bei der Wesentlichkeitsanalyse

DARÜBER LOHNT ES SICH, MIT IHREM BERATER/IHRER BERATERIN ZU SPRECHEN

1

Betreiber einer Photovoltaik-Anlage (PV) können sich bei der Gothaer gegen Schäden absichern.

2

Wenn PV-Anlagen durch einen Elektronikschaden ausfallen, laufen die fixen Kosten weiter. Die Elektronik-Betriebsunterbrechungsversicherung sichert die entgangenen Einspeisevergütungen.*

3

Informieren Sie sich, welche Auswirkungen die E-Mobilität auf Ihre Kfz-Versicherung hat.

*gilt im Zusammenhang mit Elektronikversicherung

kommen Themen heraus, auf die ich mich fokussiere“, erklärt Krebs. Ist der Energieverbrauch zu hoch, kann in Effizienz investiert werden. Sind die Ressourcen knapp oder teuer, kann über Kreislaufwirtschaft nachgedacht werden. Ist die Lieferkette instabil, sollten die Produktionspartnerschaften kritisch beäugt werden. „Tchibo etwa hat sich angesehen, wie es den Kaffeebauern geht und welche Stoffe in der Textilproduktion verarbeitet werden“, erzählt Krebs, „seitdem verwendet das Unternehmen für Kaffee mehrere Nachhaltigkeits-Labels und lässt seine Produkte verstärkt aus Öko-Baumwolle produzieren.“

Die Maßnahmen, die sich aus der Wesentlichkeitsanalyse ergeben, bündelt das Unternehmen in einer Strategie und arbeitet sie ab. Dabei sei es wichtig, sagt Krebs, den Menschen im Unternehmen gut zu erklären, warum Nachhaltigkeit nun eine Rolle in der Strategie eingenommen habe und man jetzt danach handele. „Aber dafür muss man diesen Prinzipien natürlich selber die angemessene Bedeutung einräumen“, erklärt der Unternehmer.

Jan-Marten Krebs beschäftigt sich seit mehr als 20 Jahren mit nachhaltigem Wirtschaften, seit 14 Jahren berät er Unternehmen dazu – und stellt ein Umdenken fest. „2008 saßen wir in den Kellern und mussten diskutieren, ob es den Klimawandel wirklich gibt“, sagt er. „Heute sitzen wir in den Chefetagen und überlegen, wie wir die Firmen zukunftsfähig machen.“ Zum Wohl der Welt – und der Wirtschaft.

ZEHN ERSTE SCHRITTE – WAS UNTERNEHMEN SCHON JETZT FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT MACHEN KÖNNEN

1. UMSTIEG AUF ÖKOSTROM

Einfach Stromanbieter wechseln. Ökostrom ist oft sogar günstiger.

2. REGIONAL EINKAUFEN

Kurze Wege, mehr Umweltschutz. Daher die Lieferkette verkürzen.

3. ZERTIFIZIERTE ANBIETER

Bei der Lieferkette auf Zertifikate achten. Sie garantieren nachhaltiges Agieren der Lieferanten.

4. FACHKRÄFTE AUSBILDEN

Ausbilden, eine Investition in die Zukunft – vor allem in die der Firma.

5. CO_2-AUSGLEICH VORNEHMEN

Wenn Emissionen steigen: Bäume pflanzen, Zertifikate erwerben oder an Klimaschutzprojekte spenden.

6. PAPIERLOSES BÜRO

E-Mails lesen sich gut am Monitor. Ausdrucken meist überflüssig.

7. KLIMANEUTRALER VERSAND

Umweltschonend Post versenden – mit den klimaneutralen Versanddiensten etwa der DHL.

8. KONTO BEI EINER ETHIKBANK

Sie schließen in Ihren Portfolien Firmen aus, die weniger auf ökologische und soziale Kriterien achten.

9. E-AUTOS FÜR KURZE WEGE

Aufgeladen mit Ökostrom fährt das E-Auto sogar klimaneutral.

10. STANDBY ABSCHALTEN

PCs verbrauchen auch im Standby-Modus Strom, deshalb: abschalten!

Fotos: iStock.com/Robert Daly, Sono Motors

Wichtiger Faktor einer nachhaltigen Unternehmensstrategie ist auch der Umgang mit den Mitarbeitenden. Dazu zählt vor allem das Wohlergehen am Arbeitsplatz.

„Wer nicht nach 1,5° lebt, ist uncool“

Solaranlage, Energiespeicher, Wärmepumpe: Mit der Firma 1Komma5° plant und realisiert Philipp Schröder Energiesysteme für Wohn- und Gewerbeimmobilien. Im Interview erklärt er, wie die Energiewende zu schaffen ist.

Philipp Schröder, 38, ist Gründer von 1Komma5°. Mit der Hilfe von 400 Expertinnen und Experten hat die Firma bereits 35.250 klimaneutrale Energiesysteme errichtet.

Foto: Christoph Neumann

Herr Schröder, ihre Firma heißt 1Komma5°, angelehnt an das Ziel des Pariser Klimaabkommens. Demnach soll die Erderwärmung bis Ende des Jahrhunderts im Vergleich zur vorindustriellen Zeit auf im Schnitt 1,5° begrenzt werden. Schaffen wir das?

Das finden wir nur heraus, indem wir es versuchen. Wenn ich als übergewichtiger Mensch in einem Jahr 50 Kilo abnehmen will, kann ich auch nicht direkt am ersten Tag seriös beantworten, ob ich es schaffe. Aber ich kann es versuchen. Und wir müssen es versuchen.

Schöner Vergleich, aber der übergewichtige Mensch handelt in erster Linie für sich. Vom Klimawandel jedoch sind wir alle betroffen.

Das Bild passt trotzdem, denn beim Abnehmen wie beim 1,5°-Ziel muss zunächst jeder einzelne für sich versuchen, es zu schaffen. Nur dann hat auch die Allgemeinheit eine Chance. Deshalb müssen wir auch unbedingt weg von der Debatte: Okay, China macht weiter Kohlestrom, dann bleiben wir eben auch fett. Das wird uns nicht retten.

Alles klar, was muss stattdessen jetzt passieren?

Wir müssen die Mobilität, die Wärmeversorgung und den Strommarkt dekarbonisieren. Wobei wir für die Dekarbonisierung von Mobilität und Wärme Strom brauchen – natürlich aus erneuerbaren Energiequellen. Das klingt sehr aufwendig, ist aber in der Praxis gar nicht schwer. Eine Solaranlage auf dem Dach, die den Strom für die Wärmepumpe im Keller produziert. Ein Energiespeicher, der den Strom auch langfristig zur Verfügung stellt. Und eine Ladestation für das E-Auto, die das Fahrzeug mit grüner Energie versorgt. Mobilität, Wärme, Strom: alles nahezu autark bereitgestellt. Das macht den Verbraucher unabhängig von stetig steigenden Öl- und Gaspreisen, rechnet sich auf Sicht und verringert den CO_2-Austoß gegenüber Netzstrom um 25 Prozent. Jedes Gebäude spart so bis zu zwölf Tonnen CO_2. Es gibt in Europa mehr als 62 Millionen Gebäude, die für Solarenergie geeignet sind.

Mit 1Komma5° helfen Sie auch Unternehmen, klimaneutrale Energiesysteme zu installieren. Das könnte auch eine Maßnahme der Gothaer-Initiative „500-50-5“ sein. Wie sollten Unternehmen dann vorgehen?

Ein guter Einstieg in die Energiewende sind Ersatzinvestitionen. Diese Entscheidungen sollten auf jeden Fall klimabewusst getroffen werden, das ist die Grundlage. Wenn ich zum Beispiel das Dach erneuere, sollte ich direkt über eine Solaranlage nachdenken. Wenn ich neue Fahrzeuge anschaffe, dann unbedingt Elektroautos. Und wenn ich eine neue Heizung brauche, warum dann nicht direkt eine Wärmepumpe? Wer hier blind entscheidet, setzt seine Zukunft aufs Spiel. Kaum zu glauben, aber es werden immer noch jedes Jahr rund 700.000 Ölheizungen verbaut. Die stehen dann für die nächsten 20 Jahre da. Und das, obwohl Öl schon jetzt 300 bis 400 Prozent teurer wird.

Wer sein Unternehmen zukunftsfähig machen will, schafft das also nicht mehr nur über Innovationen, sondern durch Infrastruktur?

Durch Nachhaltigkeit – und zwar in allen Bereichen. Es wird in Zukunft keine erfolgreiche Marke mehr geben, die nicht CO_2-freundlich arbeitet. Dafür ist der Druck viel zu groß – vom Kapitalmarkt, der CO_2 als Risiko sieht, und von der Gesellschaft, der Nachhaltigkeit immer wichtiger wird. Auch unser Ziel als Marke ist es zu vermitteln: Wer nicht nach 1,5° lebt, ist uncool. Deshalb unterstützen wir auch bei der Energiewende.

Welche Rolle spielt die Wirtschaft beim Erreichen des 1,5°-Ziels?

Eine größere, als sie denkt. Weil sie Einfluss auf Dinge hat, die wir Konsumenten nur hinnehmen können. Etwa auf Vorprodukte und deren CO_2-Bilanz. Zudem beeinflusst sie mit Produkten unser Leben. Moralisierung hat es da viel schwerer: Das iPhone hat die Welt verändert, Fridays For Future arbeiten noch daran. Als selbsternannter Klimawirtschaftsaktivist sage ich deshalb: Ohne die Wirtschaft werden wir 1,5° nicht schaffen.

ERST DIE ARBEIT

DANN DAS VERGNÜGEN

BODY ATTACK™

Herzenssache: Madeleine von Hohenthal und ihr Mann Benjamin Wenke auf Stapeln alter Fischernetze, aus denen sie nachhaltige Schmuckstücke herstellen.

Ins Netz gegangen

Die Reste von Fischernetzen werden für Meerestiere oft zur tödlichen Falle. Ein Hamburger Start-up macht aus diesen Geisternetzen nun Armbänder und Schlüsselanhänger.

Als der neue Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck (Bündnis 90/Die Grünen) im Dezember 2021 sein Amt antrat, überreichte er Vorgänger Peter Altmaier (CDU) als Abschiedsgeschenk ein ungewöhnliches Armband der Firma Bracenet aus Hamburg. Das Besondere daran: Es ist aus den Resten von Fischernetzen aus der Nordsee gemacht.

„Wir sind ziemlich stolz darauf, dass es unser Herzensprodukt sogar in die Politik geschafft hat“, sagt Benjamin Wenke, 37. Er hat mit seiner Ehefrau Madeleine von Hohenthal, 35, ein Start-up gegründet, das die Meere von sogenannten Geisternetzen befreit – Fischernetze, die entweder bei Stürmen über Bord gehen oder aber im Wasser entsorgt werden. Und weil sie nicht mehr wie vor Jahrzehnten aus Hanf, Sisal oder Leinen gefertigt sind, sondern aus synthetischen Kunststoffen, verrotten sie nicht, sondern treiben unverwüstlich im Meer. Dort werden sie zur Todesfalle für Fische, Schildkröten und anderen Meeresbewohner. „Dagegen wollen wir etwas tun“, sagt Geschäftsführer Wenke.

Jedes Schmuckstück – wie dieses Armband Red Sea – bedeutet ein Stück Geisternetz weniger im Meer.

Begonnen hat alles 2015, als die beiden als Backpacker drei Wochen zum Tauchen nach Ostafrika reisten. Damals arbeitete Wenke als Marketingleiter bei Bosch, und seine Frau organisierte als Head of Art Buying Fotoproduktionen bei der Kommunikationsagentur BBDO. Doch der Traum von der unberührten Unterwasserunterwelt zerplatzte schnell, als sie dem Todeskampf von so manchen Meerestieren in den zwar farbenfrohen, aber tödlichen Netzen zusehen mussten. Geschockt und berührt sprachen sie mit Fischern, Anwohnern, anderen Touristen und begannen noch während des Urlaubs, angeschwemmte oder umherschwimmende Netze einzusammeln.

„Es gab nicht das eine Erweckungserlebnis“, sagt Wenke. „Aber in der Summe waren wir zu betroffen, um tatenlos zu bleiben.“ Am Urlaubsende fuhren sie auf ihrer Vespa zurück zum Flughafen, verschenkten die Sommerklamotten im letzten Dorf und flogen mit Rucksäcken zurück, die statt Kleidung getrocknete Netze enthielten. Ihnen war die Idee gekommen, aus dem tödlichen Treibgut Armbänder zu fertigen, sie zu verkaufen und den Erlös für die Rettung der Meere zu spenden.

Inzwischen sind sechs Jahre vergangen. Und was als Nebenbei-Herzensjob in Nachtarbeit am Küchentisch begann, ist auf ein Unternehmen mit 32 Mitarbeitenden in einem Hinterhof am Hamburger Jungfernstieg angewachsen. Wenke und von Hohenthal kündigten 2018 ihre sicheren Jobs und wagten die Gründung der Bracenet GmbH. „Wir kauften Lebensmittel für ein halbes Jahr ein“, erzählt Wenke. „Wir wussten ja nicht, ob unsere Armbänder wirtschaftlichen Erfolg haben würden.“ Doch die Idee traf den Nerv der Zeit. Nachhaltigkeit und Upcycling sind zunehmend wichtige Themen – auch für Unternehmen. 185.000 Euro hat Bracenet seither an kooperierende Umweltorganisationen wie Sea Shepherd, Ärzte ohne Grenzen oder Viva con Agua gespendet. Fünf Tonnen Netze fischten 250 ehrenamtliche Taucherinnen und Taucher von Partnern wie Healthy Seas und Ghost Diving weltweit für sie bislang aus den Meeren. Per GPS orten sie Schiffswracks oder schwimmen zu Korallenriffs, wo sich die Mikroplastikteilchen absondernden Netze verfangen haben. Das Unternehmen Nofir reinigt die Fundstücke dann und schickt sie zur Weiterverarbeitung nach Deutschland.

Mit dem Verkauf von Schmuck und der inzwischen um Schlüsselanhänger, Hundeleinen und mehr erweiterten Produktpalette erwirtschaftet Bracenet Umsätze im unteren siebenstelligen Bereich. „Ohne die Hilfe von Familie, Verwandten und Freunden hätten wir es nie geschafft“, sagt Wenke. Als damals der erste Großauftrag der Telekom hereinschneite, dachten sie noch, die Abwicklung mal eben so mit Bordmitteln schaffen zu können. „Doch dann kamen immer mehr Anfragen herein. Da war uns klar, wir müssen die Produktion professionalisieren.“ Inzwischen gehören zum Beispiel die Otto Group und verschiedene Fluggesellschaften zu ihren Kunden. Auch Investoren sind auf Bracenet aufmerksam geworden. „Aber das passt noch nicht“, sagt Wenke: „Ein Familienbetrieb ist auch Verpflichtung.“

FÜNF TONNEN NETZRESTE FISCHTEN 250 TAUCHER UND TAUCHERINNEN BISLANG WELTWEIT AUS DEM MEER

Fotos: Bracenet

Göttlicher Beistand

Prävention und schnelle Hilfe im Schadenfall: Mit diesen Services hilft das Berliner Start-up Perseus kleinen und mittleren Unternehmen im Kampf gegen Cyberattacken.

In der griechischen Mythologie war Perseus einer der größten Helden. Dem Sohn des Zeus gelang es der Sage nach, die schlangenhaarige Medusa zu töten, deren Anblick jeden Betrachter zu Stein werden ließ. Und auch heute noch leistet Perseus nahezu Heldenhaftes: Das Berliner Start-up, 2017 gegründet und benannt nach eben jenem griechischen Halbgott, unterstützt kleine und mittlere Unternehmen im Kampf gegen Cyberkriminalität.

Gerade für diese Betriebe wird die Bedrohung aus dem Netz immer größer, „weil sie oftmals keine eigenen Experten haben oder ihnen Mittel und Kapazitäten fehlen, um sich ausreichend um dieses Thema zu kümmern“, sagt Xenia Silbe, Senior Communication Managerin bei Perseus. Darüber hinaus werden die Methoden der Hacker immer professioneller, die Schäden deshalb immer größer. Rund 223 Milliarden

Sicherheitscheck am Laptop: Mit Hilfe von Online-Trainings und anderen Tools sensibilisiert Perseus Kundinnen und Kunden für die Gefahr von Cyberattacken.

Euro, hat der Digitalverband Bitkom erfragt, sind in den vergangenen beiden Jahren per annum zusammenkommen, doppelt so viel wie 2019. Zudem sind neun von zehn Betrieben bereits attackiert worden. Sie können den „göttlichen“ Beistand also gut gebrauchen.

Das Perseus-Angebot umfasst dabei schwerpunktmäßig Präventionsdienstleistungen für Unternehmen. Mit Prävention ist in erster Linie die Schulung der Belegschaft gemeint. „Sie sind bei allem technischen Fortschritt immer noch der größte Risikofaktor, weil die meisten Schäden durch sie verursacht werden, oftmals aufgrund fehlender Sensibilisierung für das Thema Cybersicherheit“, sagt Silbe. Der Klick auf fingierte Links, der Download manipulierter Dateien oder das Aufschieben notwendiger Sicherheitsupdates sind die Ursachen für Probleme. Genau an dieser Stelle setzt Perseus an. „Mit Hilfe von Online-Trainings, simulierten Phishing-E-Mails und diversen Tools sensibilisieren wir die Angestellten für das Thema“, sagt Silbe. „Awareness“ sagen Fachleute dazu.

Die entsprechenden Hilfsmittel befinden sich auf einer Online-Plattform, auf die alle Nutzerinnen und Nutzer von überall zugreifen können. Zentrales Element darauf sind Videos, die selten länger als drei Minuten dauern und erklären, woran Cyberrisiken zu erkennen sind oder wie im Notfall zu reagieren ist. Dieses Wissen wird anschließend in einem Quiz abgefragt. Wer besteht, erhält ein Zertifikat, das ein Jahr lang gültig ist. Damit möglichst viele Mitarbeitende an den Schulungen teilnehmen können, gibt es die Trainings auf Deutsch, Englisch und Spanisch.

Ein weiteres Tool ist der sogenannte Cyberwerkzeugkasten. Er ermöglicht etwa einen Datensicherheitscheck oder den Malware-Scan, der verdächtige E-Mails auf Schadsoftware prüft. Darüber hinaus senden die Experten auch selbst simulierte Phishing-E-Mails an die Belegschaft, um sie zu testen und das Bewusstsein zu schärfen. Abgerundet wird die Prävention durch Wissensbeiträge, die über Themen wie neue Hackermethoden informieren.

In der Berliner Zentrale des jungen Unternehmens kümmern sich diese sechs Fachleute zusammen mit rund 60 Kolleginnen und Kollegen um die Anliegen der mittlerweile 5.000 Perseus-Kunden und -Kundinnen.

Perseus-Manager Klöpperpieper

VIELE DENKEN, SIE SEIEN ZU KLEIN FÜR CYBERATTACKEN. ABER AUCH KLEINVIEH MACHT MIST.

Die gute Nachricht ist: Viele Unternehmen haben die Bedrohung aus dem Netz erkannt. Laut KMU-Studie der Gothaer stellt sie mit 47 Prozent für Unternehmen sogar die größte Gefahr dar, größer als Betriebsausfall (43 Prozent) oder menschliches Versagen (37 Prozent). Dennoch planen gerade einmal 22 Prozent der befragten Firmen, sich innerhalb der nächsten zwei Jahre mit einer Versicherung dagegen zu schützen. „Viele denken, sie seien zu klein und deshalb für Cyberkriminelle nicht attraktiv“, sagt Normen Klöpperpieper, „dabei geht es für die Kriminellen zunächst nur darum, eine Attacke zu setzen. Kleinvieh macht auch Mist.“ Klöpperpieper leitet bei Perseus das Geschäft aus dem Bereich Finanzdienstleistung, also mit Vermittlerinnen und Vermittlern oder Versicherungsunternehmen.

Tatsächlich ist der Perseus-Service Teil vieler Cyberversicherungen am Markt, auch des Gothaer-Gewerbe-Produktes. Wer die Gothaer Cyberversicherung für Gewerbekunden abschließt, kann ebenso direkt die Perseus-Präventionsdienstleistungen mit abschließen. Mehr als 5.000 Firmenkunden zählt das junge Unternehmen bereits, das 2017 aus dem Company Builder Finleap hervorgegangen ist. Mehr als 60 Menschen aus 20 Ländern arbeiten für das Berliner Sicherheitsunternehmen.

DARÜBER SOLLTEN SIE MIT IHREM BERATER/IHRER BERATERIN SPRECHEN

1

Die Digitalisierung bietet Angriffspunkte für IT-Kriminalität. Schäden durch Cyberattacken können existenzbedrohende Folgen haben.

2

Eigene IT-Sicherheitsmaßnahmen und Betriebsversicherungen sollten durch eine Cyberversicherung ergänzt werden. Die Gothaer bietet mit ihrer Police einen umfassenden Schutz. Durch die Zusammenarbeit mit IT-Servicepartnern wie Perseus wird dem Kunden ein umfassendes Ökosystem zur Verfügung gestellt.

3

Die Prävention von Cyberschäden nimmt in Firmen einen immer größeren Stellenwert ein. Die Gothaer bietet ein umfassendes Maßnahmenpaket.

Fotos: VideoFlow – stock.adobe.com, Perseus

Die beste Idee meines Lebens

Auf dieser Seite schreibt in jeder Ausgabe ein Unternehmer oder eine Unternehmerin über die Entscheidung, die zum Erfolg geführt hat. Diesmal: die Gründerin Maike Brunk

Ich kann mich noch genau an den dunklen Dezember-Abend erinnern, an dem sich mein Leben änderte. Für die Weihnachtsfeier unserer Firma war eine Barkassenfahrt im Hamburger Hafen geplant; anschließend ging es ins Portugiesenviertel. Meine Laune war nicht die allerbeste. Morgens war ich in der Dusche ausgerutscht und hatte mir das Knie verdreht. „Da bleib' ich lieber auf der Couch", hatte ich beim Blick auf das Schietwetter gedacht, mich dann aber doch auf den Weg zum Hafen gemacht.
Ich hatte Wirtschaftsinformatik studiert und arbeitete damals schon neun Jahre im IT-Vertrieb. Gut bezahlt, aber leider kein Job, der mich sonderlich erfüllte. Nebenbei hatte ich gerade mein Fernstudium zur Tourismus-Betriebswirtin abgeschlossen. Während der Schulzeit war ich für ein Praktikum mit einem Containerfrachter zu einer Reederei nach Schottland geschippert – als einzige Passagierin, das war nachhaltig beeindruckend. In meiner Familie haben fast alle auf Lehramt studiert, aber mein Opa betätigte sich nebenbei als Reiseleiter. So etwas wollte ich als kleines Mädchen auch immer machen.
Aber zurück zu dem Abend im Restaurant. Zu später Stunde kam ich mit dem Barkassenkapitän und seinem Kompagnon ins Gespräch. Die beiden hatten uns nach der Fahrt durch den Hafen beim Essen Gesellschaft geleistet. Irgendwann zauberten sie eine Flasche selbstgebrannten Schnaps hervor und erzählten mir dabei von einer neuen Hafentour-Idee, für die ihnen die Projektleitung fehlte. Es machte sofort Klick in meinem Kopf und ich wusste: „Das ist meine Chance." Genau das wollte ich machen.
Aus der Kooperation wurde am Ende zwar doch nichts, aber ich durfte die Grundidee verwenden. Also gab ich meinen IT-Job auf, entwickelte ein Konzept und machte mich mit Hafentouren für Hamburg-Fans selbstständig.
Mein Ein-Frau-Unternehmen, die „Hamburger Elbinsel-Tour", gibt es nun bereits 15 Jahre. Ich chartere Barkassen und schippere mit meinen Fahrgästen, die privat oder als Firma buchen, zum Beispiel rund um die Elbinsel Wilhelmsburg, in die unbekannten Wasserwege der Bille oder auch nach Finkenwerder. Dabei gibt es viele neue Blickwinkel auf die Stadt, abseits des Mainstreams.
Vor Corona kam ich pro Jahr auf etwa 150 Touren. Insgesamt konnte ich bisher gut 60.000 Gästen den Hamburger Hafen näherbringen.
Ein Höhepunkt war für mich der G20-Gipfel, bei dem ich die Tour der First Ladies und Gentlemen begleitete. Dass mir dabei der kleine Sohn des kanadischen Premierministers Justin Trudeau das Mikrofon versehentlich ausschaltete, ist eine meiner Lieblings-Anekdoten. Im ersten Lockdown startete ich aus der Not heraus den Podcast „Maike im Hafen", der wiederum zu einem Buchprojekt führte („Meine große Freiheit: Wie ich das Glück im Hamburger Hafen fand"), mit dem ich sogar in der „NDR-Talkshow" war.
Als IT-Spezialistin hätte ich sicher mehr Geld verdienen können, bin aber mit der Selbstständigkeit viel glücklicher. Ja, der Jobwechsel war wirklich die beste Idee meines Lebens.

DER SOHN VON KANADAS PREMIERMINISTER JUSTIN TRUDEAU SCHALTETE MEIN MIKROFON AUS

Foto: Christina Czybik

FAKTEN

Maike Brunk, 50, gründete 2007 ihr Unternehmen „Hamburger Elbinsel-Tour". Aus dem Start-up wuchs einer der wichtigsten Anbieter von Touren im Hamburger Hafen für Gäste, Einheimische und Firmen. Seit der Gründung ist Brunk Kundin der Gothaer.

THE FINE ART OF AFRICA

Lebensgroße Unikate erzielen hohe Aufmerksamkeit zuhause und in Ihrem Unternehmen. Jede Skulptur wird in Simbabwe aus recycelten Metallen handgefertigt.

Sie finden Pferde, Flamingos, Geparden, Löwen, Giraffen, Elefanten, Reiher, musizierende Frösche, Paviane unter:

JMP Skulpturen

www.jmp-skulpturen.de
info@jmp-skultpturen.de

Bitte geben Sie bei Interesse oder Kauf das Kennwort „Chefsache“ an.

Wir werden
unser Leben leben, nicht nur verbringen.
Mit der Kraft der Gothaer Gemeinschaft können Sie Ihre Pläne und Vorhaben optimistisch angehen.
Wir sind für Sie da.
Mehr auf www.gothaer.de oder bei der Beraterin/beim Berater der Gothaer in Ihrer Nähe.
Gothaer
Kraft der Gemeinschaft