



Foto: AdobeStock

Megathema Nachhaltigkeit: Was steckt dahinter?

Der Begriff Nachhaltigkeit ist heute allgegenwärtig. Konsumentinnen und Konsumenten verlangen nach nachhaltig produzierten Gütern, Unternehmen ergänzen ihre Geschäftsberichte mit dicken Nachhaltigkeitsberichten und auch die Politik will der Nachhaltigkeit zum Durchbruch verhelfen. Doch was steckt hinter dem Begriff und inwiefern ist das Thema für unsere Branche relevant? Eine kleine Auslegung.

Was bedeutet Nachhaltigkeit eigentlich?

Eine einheitliche Definition des Begriffes Nachhaltigkeit existiert bis heute nicht. Der Hauptgrund dafür dürfte sein, dass Nachhaltigkeit sowohl eine ökologische, eine ökonomische aber auch eine politische Dimension haben kann. Der Grundgedanke der Nachhaltigkeit stammt aus dem 18. Jahrhundert, als der sächsische Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz in seinem 1713 erschienenen Werk «Sylvicultura oeconomica» anregte, dass man im Wald nur so viel Holz schlagen solle, wie durch Aufforstung wieder nachwachsen kann. Die ökologische und die ökonomische Dimension sind bereits hier klar erkennbar: Der Lebensraum Wald wird nicht zerstört, gleichzeitig wird die Versorgung mit dem Rohstoff Holz langfristig gesichert.

Die Schweiz verpflichtet sich zu mehr Nachhaltigkeit

Als Uno-Mitglied hat sich die Schweiz zur Umsetzung der UNO Nachhaltigkeitsagenda 2030 (siehe Kasten) verpflichtet. Im Juni 2021 hat der Bundesrat die Strategie Nachhaltige Entwicklung (SNE 2030) verabschiedet und in die Vernehmlassung geschickt. Der ergänzende Aktionsplan 2021–2023 enthält 22 konkrete Massnahmen, von der Reduktion der Lebensmittelverschwendung bis hin zu einem nachhaltigeren öffentlichen Immobilien-Management. Gewissen Kreisen gehen die vorgeschlagenen Massnahmen zu weit, während sie anderen zu schwammig formuliert sind. Ein oft gehörter Kritikpunkt lautet, dass nirgends steht, wie die geplanten Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit finanziert werden sollen.

Viele Unternehmen sind schon weiter

Während in der Politik um Definitionen und Strategien gerungen wird, machen viele Unternehmen von sich aus Ernst beim Thema Nachhaltigkeit. Denn: Nachhaltigkeit kann durchaus auch gut fürs Geschäft sein. Für viele Firmen und Organisationen ist sie ein entscheidendes Kriterium bei der Beschaffung. Bei öffentlichen Ausschreibungen muss oft detailliert

Rechenschaft über die eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen abgelegt werden. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer wollen bei Unternehmen arbeiten, die auf Chancengleichheit achten und die Mitarbeitenden wertschätzen. Und ganz generell wird heute von Unternehmen verlangt, dass sie nicht nur Gewinne erwirtschaften, sondern auch ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wahrnehmen. Bei Nichterfüllung drohen vielleicht keine Busen, dafür aber «Shitstorms» in den sozialen Medien.

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anbieten

Wer qualitative und langlebige Produkte verkauft und repariert, vermindert die graue Energie, also jene Energie, welche gesamthaft für die Herstellung des Produkts benötigt wird. Auch die Sensibilisierung der Kundschaft für moderne Technologien – z.B. beim Pflanzenschutz oder beim Düngen – leistet einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Im scheinbaren Gegensatz zur obigen Aussage kann dann die Neuanschaffung einer sparsameren und moderneren Maschine durchaus die nachhaltigere Lösung sein als eine Reparatur.

Energieeffizienz erhöhen und Ressourcenverbrauch reduzieren

Im Betrieb und in der Werkstatt bieten sich weitere konkrete Möglichkeiten, die Nachhaltigkeit zu verbessern: Bei der Erneuerung der alten Ölheizung kann man sich für eine CO₂-neutrale Holzheizung oder eine noch umweltschonendere Wärmepumpe entscheiden und zusätzlich Photovoltaik-Panels auf dem Dach montieren, um Strom für den Eigenverbrauch zu produzieren. Ein sparsamer Umgang mit Energie und Wasser sollte heute in jedem Betrieb ebenso eine Selbstverständlichkeit sein, wie ein funktionierendes Recycling- und Entsorgungsmanagement.

Mitarbeitende fördern und Qualifikationen erhöhen

Zur sozialen Nachhaltigkeit gehört ein fairer und wertschätzender Umgang mit den Mitarbeitenden. Weiterbildungen verbessern nicht nur

die fachliche Qualifikation, sondern auch die Bindung zum Arbeitgeber.

Fazit

Das Thema Nachhaltigkeit ist zurzeit in aller Munde. Die Mehrdimensionalität des Begriffes erschwert die Festsetzung klarer Nachhaltigkeitsziele und von Massnahmen, wie diese erreicht werden können. Begrenzte Ressourcen, zunehmende Umweltbelastung und der Klimawandel sind gleichwohl grosse Herausforderungen, die dringend angegangen werden müssen. Vorausschauende Unternehmen warten darum nicht auf neue Gesetze und Verordnungen, sondern setzen sich pragmatisch für mehr Nachhaltigkeit im eigenen Umfeld ein. ■

Emanuel Scheidegger

Der Club of Rome macht Nachhaltigkeit zum öffentlichen Thema

Erst zu Beginn der 1970er-Jahre erhält das Thema Nachhaltigkeit breitere Aufmerksamkeit. Der «Club of Rome», ein internationales Expertengremium, warnt in seinem 1972 veröffentlichten Bericht «Die Grenzen des Wachstums» vor den Folgen der zunehmenden Umweltzerstörung und fordert eine nachhaltigere Ausrichtung der Wirtschaft. Ein nächster Meilenstein ist der 1987 veröffentlichte Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen. Dieser beinhaltet auch eine bis heute oft verwendete Definition der Nachhaltigkeit: *«Eine nachhaltige Entwicklung muss sicherstellen, dass die aktuelle Generation Ihre Bedürfnisse auf eine Weise befriedigt, welche kommende Generationen nicht in der Befriedigung ihrer Bedürfnisse einschränkt.»*

Die Nachhaltigkeitsagenda 2030 der UNO

2015 hat die UNO ihre «Nachhaltigkeitsagenda 2030» verabschiedet. Diese geht über Anliegen wie die Ressourcenschonung oder den Klimaschutz hinaus und definiert insgesamt 17 Ziele und Handlungsfelder für mehr Nachhaltigkeit. Sie reichen von der Bekämpfung von Armut und Hunger und das Recht auf Bildung bis hin zur Gleichberechtigung der Geschlechter und zur Friedenssicherung. Kritiker halten die ambitionierte Agenda für überfrachtet und selbst UNO-Generalsekretär António Guterres musste Ende 2023 einräumen, dass man lediglich bei einem Siebtel der 17 Nachhaltigkeitsziele auf Kurs ist.