



Vom Biobauern bis zur Fachhochschule – 125 Unternehmen hatten für den TRIGOS-Nachhaltigkeitspreis eingereicht. Sechs davon wurden am Montag ausgezeichnet.

Wirtschaften für die (Ur-)Enkel-Generation

Was haben ein Kolibri und Babyflaschen gemeinsam? Was sich wie die Einleitung eines seichten Witzes anhört, darauf wissen rund 450 Gäste der TRIGOS-Preisverleihung im „MuTh“ – dem Konzertsaal der Wiener Sängerknaben – eine Antwort. Aus 125 Einreichungen hatte eine Expertenjury 27 Nominierter gewählt, die die Herausforderungen der eigenen Branche erkannt haben und sich mit den Auswirkungen auf Umwelt sowie Gesellschaft auseinandersetzen. Sechs dieser Vorbildunternehmen durften die Trophäe am 19. Juni mit nach Hause nehmen.

„Es sind diese Pioniere, auf die wir in Zukunft setzen“, ist Günter Thumser, Vertreter der Industriellenvereinigung (IV), der Trägerorganisation des Preises, über-

zeugt, „Unternehmen sollten im Bewusstsein agieren, dass sie in, für und von der Gesellschaft existieren. Damit wir alle enkeltauglich werden!“ Es war das Wort des Abends: „Enkeltauglichkeit“ als Synonym für nachhaltiges Handeln, geprägt vom 7-fachen Opa Gerhard Zoubek vom „Adamah Biohof“, ist für das Tiroler Unternehmen „Mpreis“ keine leere Floskel.

Kleinräumige Umsetzung

Die Einstellung wird selbst bei weniger (enkel-)kinderfreundlichen Produkten gelebt: Ein Biobier wurde entwickelt, kleinstrukturiert mit Bauern und einem Braumeister der Region umgesetzt. „Die Einführung im Februar war nicht leicht.“

Wir mussten Konsumenten erklären, warum das Biobier mehr kostet“, erzählt Unternehmenssprecherin Maria Stern, „aber es hat sich gelohnt: Diese Woche ist das Bier ausverkauft.“ Es ist nicht die einzige Er-

„Unternehmen sollten im Bewusstsein agieren, dass sie in, für und von der Gesellschaft existieren. Damit wir alle enkeltauglich werden, so Günter Thumser über das Leitmotiv der TRIGOS-Gala.“

folgsmeldung für Mpreis: Nach dem Tiroler TRIGOS konnte es sich auch in der Kategorie „Großunternehmen“ durchsetzen.

Gute Lebensmittel konnten in zwei weiteren Kategorien punkten. So durfte der

Die Preisträger

v.l.n.r. Hannes Thaler (MAM), Sepp Eisenriegler (RUSZ), Markus Schörpfl und Florian Farber (Arge Gentechnikfrei), Maria Stern (Mpreis), Jakob Hackl (Labonca Biohof), Thomas Jakowiak (RHI AG), Bernhard Weber (RHI AG Partner ICEP).

Junior-Chef Jakob Hackl vom „Labonca Biohof“ eine der Trophäen, die traditionellerweise von „garbage upcycling design“ aus Abfallmaterialien gestaltet wurde, in Empfang nehmen. In der Kategorie „beste Partnerschaft national“ heimste die „Arge Gentechnik-Frei“ die verdienten Lorbeeren ein: 1997 gegründet, wurde die Multistakeholderplattform „anfangs belächelt“, meint Obmann Markus Schörpfl. Mittlerweile vereint sie mit über 200 Partnern und Mitgliedsbetrieben das Who-is-Who der Lebensmittelbranche, NGOs, Verbände und Institutionen aus Landwirtschaft, Umwelt- sowie Konsumentenschutz.

„Wenn man mit vielen werkelt, geht der Preis an viele“, teilt Schörpfl den Erfolg. Zumindest das Rednerpult dürfen sich die Gewinner der Kategorie „internationale Partnerschaft“ teilen: „RHI“ kooperierte mit „COPARME“, „ICEP“ und „TEGEV“ mit dem Ziel, Jugendlichen in Mexiko und der Türkei eine Berufsausbildung nach österreichischem Modell zu ermöglichen und Facharbeitermangel vorzubeugen. „Mittlerweile sind andere Unternehmen dem Beispiel gefolgt“, so CSO Thomas Jakowiak. Über Letzteren kann auch Sepp Eisenriegler, Geschäftsführer vom „Reparatur- und Servicezentrum R.U.S.Z.“, jubeln. „Der TRIGOS für Social Entrepreneurship ist ein bisschen eine Krönung“, meint er, „aber ich hoffe auf weitere“. Eine davon ist in Sicht: „Nach vierzig Jahren Lobbying für die Circular Economy möchte man bis 2019 auf EU-Ebene Standards für reparaturfreundliches Design entwickeln.“

Das Beste tun – das Mögliche tun

Und was haben jetzt ein Kolibri und Babyflaschen gemeinsam? Die Antwort lieferte CSR-Director Hannes Thaler, der für den Babyartikelhersteller „MAM“ den TRIGOS als „mittelständisches Unternehmen“ überreicht bekam. Dort wurde eine energie(kosten)sparende Babyflasche entwickelt, die in nur drei Minuten in der Mikrowelle keimfrei gemacht werden kann. „Den Babys von heute ist es egal. Als Erwachsene aber können sie sich über eine saubere Umwelt freuen“, so Thaler in seiner Kurzpräsentation.

Eingeleitet hat er diese mit einer Geschichte der afrikanischen Friedensnobelpreisträgerin Wangari Maathai: Als im Wald ein Feuer ausbrach, rannten alle Tiere durcheinander. Nur ein kleiner Kolibri holte in seinem Schnabel Wasser. Die größeren Tiere fragten: „Was denkst du, das du tun kannst?“ Er ließ sich nicht entmutigen: „Ich tue das, was ich kann. Ich tue mein Bestes.“

Interview

„Gesellschaftsanliegen Teil der Innovationskultur“

Klimawandel, Arbeitslosigkeit, Integration sind die großen Herausforderungen der Zukunft. Welche Chancen dabei entstehen, erklärt Günter Thumser, Spitzenmanager bei Henkel und Vorsitzender des Ausschusses für Bildung- und Gesellschaftspolitik der IV.

DIE FURCHE: Die IV unterstützt den TRIGOS von Anfang an. Was hat sich für Sie verändert?

Günter Thumser: Die Kategorien und Kriterien haben sich wie auch das Verständnis von CSR weiterentwickelt: von Projekten zur Integration der Verantwortung ins Kerngeschäft, das ökonomische, ökologische und soziale Auswir-

kungen berücksichtigt.

DIE FURCHE: Warum ist Nachhaltigkeit nicht selbstverständlich?

Thumser: Das Gegenteil ist wahr. Nachhaltigkeit verstanden als Zukunftsfähigkeit ist im Interesse jedes Unternehmens. Kein kluger Unternehmer sägt den Ast ab, auf dem er sitzt. Denn: Erfolgreiche Unternehmen brauchen eine intakte Gesellschaft, und eine intakte Gesellschaft braucht erfolgreiche Unternehmen. Viele der ausgezeichneten Unternehmen haben Pionierarbeit im Bereich Nachhaltigkeit geleistet – in sozialer oder ökologischer Hinsicht und auf Basis einer wirtschaftlich gesunden Entwicklung. Das macht sie zu Vorbildern und In-

spiration für viele andere Unternehmen! Dass es noch Luft nach oben gibt, ist unbestritten.

DIE FURCHE: Wie kann man zur Nachhaltigkeit motivieren?

Thumser: Innovation ist das Lebensblut von Unternehmen. Es bedeutet, neues Terrain zu betreten. Nachhaltigkeit ist ein Terrain mit Marktchancen für innovative, mutige und verantwortungsvolle Unternehmen. Das ist das schlagkräftigste Argument: Gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen sind riesige Marktchancen – und verantwortliches Wirtschaften eine gute Investition in die Zukunft. Wir ermutigen Unternehmen, indem wir diejenigen, die diese Markt-

chancen erfolgreich ergriffen haben, vor den Vorhang holen und zeigen, wie Verantwortung und Erfolg Hand in Hand gehen. Es geht um gesellschaftliche Innovation.

Wir stehen vor großen ökologischen und sozialen Herausforderungen – Klimawandel, „enkerlaugliche“ Energieversorgung, Ressourcenverbrauch, Arbeitslosigkeit, Bildungsarmut, Integration sind nur einige der Themen. Wie wir vor diesem Hintergrund Leben und Gesellschaft gestalten, entscheidet sich heute – und es entscheidet sich auch an der Innovationskraft der Unternehmen. Kurz gesagt: Gesellschaftliche Anliegen sollen damit ein Teil der Innovationskultur



Günter Thumser, CEO von Henkel CEE und Vorsitzender des Ausschusses für Bildung- und Gesellschaftspolitik der IV, setzt sich für nachhaltige Innovation ein.

werden.

DIE FURCHE: Die Bundesregierung entwickelt ein Strategiepapier für Innovationen.

Thumser: Dabei geht es um die Schaffung von Rahmenbedingungen für gesellschaftliche Innovation und darum, Kompetenzen bei allen Akteuren aufzubauen. Das Strategiepapier wird Maßnahmen dazu aufzeigen. Dabei haben alle relevanten Stakeholder – darunter die IV – mitgewirkt.