

Klimawandel Auf zwei Grad will die Staatengemeinschaft die Erderwärmung begrenzen. Soll dieses Ziel erreicht werden, muss der Ausstoß von Treibhausgasen wie Kohlendioxid dramatisch sinken. Da muss jeder ran



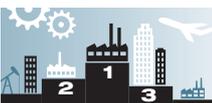
Die Farbe Grün

Ökologie und Ökonomie sind ein Widerspruch? So einfach ist die Gleichung heute nicht mehr. Fachkräfte wollen lieber für saubere Unternehmen arbeiten, Kunden hinterfragen kritisch, unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden. Und das beeinflusst auch die Entscheidungen von Investoren

VON ELISABETH DOSTERT

München - Es riecht nicht. Aus dem hohen Schornstein der Feuerverzinkerei Wiegel in einem Gewerbegebiet von Nürnberg dringt kein Rauch, zumindest kein sichtbar. In der Werkschleife läuft die Produktion, leise und geordnet. An riesigen Kränen baumeln rostige Eisen- und Stahlteile durch die Halle. Sie verschwinden hinter einer hohen Wand. Dahinter stehen gewaltige Wannen, gefüllt mit verschiedenen Cocktails

FIRMEN-RANKING



Schöner, größer, besser SZ-Serie · Teil 8

aus Chemikalien. Der Geruch von Säure hängt in der Luft, aber er dringt nicht nach außen. Deshalb stehen die Wannen in einem abgeschlossenen Raum, sie sind eingehaust, heißt das im Fachjargon. In den Wannen werden die Teile gereinigt und gebeizt, bevor der Kran sie in den Zinkkessel senkt. 650 Tonnen flüssiges Metall sieden in einer gut 20 Meter langen Wanne. Riesige Brenner sorgen für die richtige Temperatur: 450 Grad, Energiefresser.

Die Firma gehört Alexander Hofmann, 50, und seinem Bruder Michael. Dritte Generation. Ein Familienunternehmen: 1400 Mitarbeiter, gut 200 Millionen Euro Um-

satz, 30 Werke. „Wir sind auf dem Betriebsgelände groß geworden, heute würde man sagen, es war eine Dreckschleife“, sagt er. Früher stauete sich bei Investitionswetterlagen Rauch über dem Frankschnell-Weg der am Betriebsgelände vorbeiführt. „Die Autofahrer konnten kaum noch etwas sehen. Es hat dann meist nicht lange gedauert, bis das Umweltamt anrief“, erzählt Hofmann. Eine Dreckschleife wollten er und sein Bruder nicht haben.

Die alten Geschichten lassen die Gegenwart grüner erscheinen. „Der ökonomische und der ökologische sind ein und derselbe Weg“, sagt Hofmann. Wiegel habe schon früh über Lösungen nachgedacht, Ressourcen wie Energie und Metalle zu sparen und die Umwelt weniger zu belasten. „Wir waren die Ersten, die die Vorbehandlungslinie mit den Beizbädern eingehaust haben, schon vor 20 Jahren“, sagt Hofmann. „Wir haben einen Anlagentyp entwickelt, an dem sich heute die gesamte Branche orientiert.“ Dafür bekam Wiegel 1991 den Umweltschutzpreis der Stadt Nürnberg und 1994 die Umweltmedaille des Freistaates Bayern. „Die bekommt normalerweise gar kein Unternehmen, sondern nur Personen“, sagt Hofmann stolz. Die gerahmten Urkunden hängen im Foyer des Verwaltungsgebäudes.

Es gibt große und kleine Fortschritte. Jede Tonne Kohlendioxid zählt. Das Treibhausgas gilt vielen als das neue Maß für die Nachhaltigkeit der Produktion. Die Wandstärke des Zinkkessels misst Wiegel regelmäßig per Ultraschall. Sie lässt mit der Zeit nach, ein Durchbruch würde die Produktion für Wochen lahmlegen. Für die Messung muss das Zink nicht einmal aus dem Kessel abgelassen werden. Durch die regelmäßige Messung kann der Wechsel der Wanne um ein bis zwei Jahre hinausgezögert werden: Einsparung 29 Tonnen CO₂ pro Jahr. Die Mitarbeiter haben sich eine

neue Steuerung für die Öfen einfallen lassen. Jetzt wird nur noch so viel Gas abgerufen, wie wirklich gebraucht wird: Einsparung 3400 Tonnen CO₂ jährlich. Auch Feuerverzinken sei schon Umweltschutz, sagt Hofmann. Verzinkte Strommasten halten 60 bis 70 Jahre, 30 bis 50 Jahre länger als unverzinkte. Einsparung – bezogen auf die Masten, die Wiegel jährlich produziert – 7200 Tonnen Stahl. Das entspricht der Masse des Eiffelturms, gleich 12 096 Tonnen CO₂ jährlich. Alles ist ausgerechnet.

Weniger, kein, nicht – das sind neue Maße in einer Wirtschaft, in der Jahrzehnte Ressourcen üppig verfügbar schienen und Lasten für die Umwelt nicht sonderlich schertzen. Es grünt in den deutschen Unternehmen, könnte man glauben. Alles wird gut? Ist das die ökologische Wende? Oder nur ein grüner Schimmer? Die Firmen schmücken sich mit Siegeln, Zertifikaten, Urkunden. Es gibt viele Dutzend Preise für Umwelt und Nachhaltigkeit. Die neuen Trophäen. Den Unternehmen dämmert, dass sie nicht einfach weitermachen können wie bisher – schon aus wirtschaftlichen

SZ-Umfrage

Umsatz und Gewinn sind nur zwei Maßstäbe für den Erfolg eines Unternehmens. Innovationskraft, Image oder ein gutes Arbeitsklima sagen häufig mehr darüber aus, wie nachhaltig ein Unternehmen wirklich wirtschaftet. In ihrer zwölfteiligen Serie beschreibt die „Süddeutsche Zeitung“ Unternehmen, die auf ihre Weise zu den besten in der Welt zählen. Uns interessiert auch die Meinung der Leser und User: Was ist für Sie wichtig? Wie bewerten Sie ein Unternehmen? Welche sind für Sie die besten Firmen der Welt? Machen Sie mit bei unserer großen Umfrage auf www.sz.de/topunternehmen.

Gründen. Rohstoffe sind teuer und endlich, qualifizierte Mitarbeiter werden knapper. Wer es sich aussuchen kann, will für eine saubere Firma arbeiten. Umweltsünder als Nachbarn lassen sich Bürger nicht mehr einfach so gefallen.

Als Wiegel in Neuwied eine neue Feuerverzinkerei ankündigte, kanalisierte der Verein Neuwieder Umweltschutz unverzüglich den Widerstand gegen den Bau der Anlage im Industriegebiet. Es hagelte Einwendungen. Und die Hofmanns organisierten eine Fahrt nach Rheinau bei Kehl, um zu zeigen, wie ein modernes Werk arbeitet. Das alte Image der Dreckschleife abzulegen ist harte Arbeit. Die Stadt Neuwied hat mittlerweile das neue Werk genehmigt.

Wiegel gehört auch der von der Wirtschaftsvereinigung Metalle lancierten Initiative Metalle pro Klima an. Auf deren Homepage dürfen die Mitglieder ihre praktischen Beispiele zeigen. Jeder Lobby ihre grüne Seite. Der Maschinenbau-Verband VDMA organisierte die Initiative Blue Competence, der sich 230 Unternehmen angeschlossen haben. Alleine der VDMA hat mehr als 3000 Mitglieder. Um Partner zu werden, müssen die Firmen eine ganze Reihe von Kriterien erfüllen. So müssen sie in die Ziele für Produkte und Mitarbeiter ein nachhaltiges Handeln einbeziehen. Für jedes Kriterium gibt es Punkte – maximal 320. Wer mindestens 170 erzielt, darf das Logo Blue Competence tragen. Die Möglichkeiten, Ressourcen zu sparen, scheinen schier unbegrenzt. Die Fülle der Beispiele, die die Initiativen auf ihren Internetseiten zeigen, offenbart im Umkehrschluss aber auch, wie gigantisch und gewissenlos die Verschwendung in den vergangenen Jahrzehnten wohl war.

„Der Druck von den Kapitalmärkten auf die Unternehmen, nachhaltig zu wirtschaften, wächst“, sagt Rolf Häßler, Leiter der Produktentwicklung der Rating-Agentur

Oekom Research. Sie prüft, wie nachhaltig gut 3100 Emittenten von Aktien und Anleihen arbeiten. Dabei geht es nicht nur um ökologische Kriterien, sondern auch um soziale. Die Liste der Fragen ist lang. Die Bewertung reicht von A+ bis D-. Auftraggeber von Oekom Research ist nicht die Industrie, sondern es sind institutionelle Anleger wie Banken, Versicherungen und Fonds mit einem Anlagevolumen von derzeit insgesamt 140 Milliarden Euro. Börsenbetreiber bieten mittlerweile Gradmesser für Nachhaltigkeit wie den Dow Jones Sustainability Index, den Stoxx Europe Sustainability Index oder die 50 Werte umfassenden Global Challenges Index der Börse Hannover, der mit Oekom Research entwickelt wurde. Erst im vergangenen März floh Munich Re aus dem Index. Der Konzern sichert den Bau des Belo-Monte-Staudammes im brasilianischen Amazonasgebiet ab, der wegen der befürchteten Auswirkungen auf Bewohner und Umwelt in der Kritik steht.

Am Ende muss Umweltschutz Geld bringen, sagt der Chef. Sonst kann er ihn sich nicht leisten

„C+“, sagt Kristina Ebenbeck. „Für ein Maschinenbau-Unternehmen wie Krones ist das gut.“ 300 Punkte von Blue Competence. Ebenbeck ist zuständig für den Nachhaltigkeitsbericht. In dem blauschwarzen Werk ist auf 100 Seiten minutiös aufgelistet, was der Getränkemaschinenhersteller Krones – 2,5 Milliarden Euro Umsatz, mehr als 11 500 Beschäftigte – für Mensch und Umwelt tut: das Verfahren zum Recycling von PET-Flaschen, zum Beispiel, das Krones entwickelt hat. Im Idealfall können aus bis zu 100 Prozent Recycelate neue Kunststoffflaschen hergestellt werden, im Fachjargon heißt das Prinzip Bop-

le-to-Bottle. „Wir wollen möglichst viele Kreisläufe schließen“, sagt Bertram Pretzl, er ist für Arbeitssicherheit und Umweltschutz zuständig. Der Stromverbrauch je eine Million Euro Umsatz ist 2011 um zehn Prozent auf 24,8 Megawattstunden gesunken, absolut legte er leicht zu. Die Emissionen an CO₂ stiegen um 6,5 Prozent auf gut 39 000 Tonnen, der Konzernumsatz stieg gleichzeitig um 14 Prozent. „Spätestens 2013 will sich Krones ein langfristiges CO₂-Ziel setzen“, sagt Pretzl. „Was Krones für die Nachhaltigkeit tut, wird natürlich auch unter wirtschaftlichen Aspekten betrachtet, doch nicht einzig und allein.“

Auch Wiegel-Gesellschafter Hofmann ist kein Öko-Freak. Er fährt einen BMW Z3, und dazu steht er auch. „Ich bin nicht nur Paulus. In jedem von uns steckt auch ein Saaluis“, sagt er. „Es gibt nicht Schwarz oder Weiß.“ Es gibt Grün in allen Nuancen. Kurzfristig würde Hofmann auch mal auf Gewinn verzichten, wenn es der Nachhaltigkeit dient. „Aber langfristig muss es sich als Gewinn erweisen, sonst kein Unternehmen überlebt“, sagt Hofmann. Unter dem Strich hat sich nicht an den alten unternehmerischen Maximen geändert: Wachstum, Gewinne erwirtschaften.

Oekom-Analyst Häßler beschäftigt sich seit zwei Jahrzehnten mit dem Thema Nachhaltigkeit. Der Wandel geht nur langsam voran. Dabei sind die Argumente lange bekannt. „Niemand kann sagen, er hätte es nicht gewusst“, sagt Häßler. Mit Maßnahmen, die nicht unmittelbar eine wirtschaftliche Wirkung haben, also Geld bringen, tun sich Häßler zufolge die Firmen immer noch schwer – etwa mit umweltverträglichen Produktvarianten. Sie warten auf die Nachfrage, statt offensiv Produkte zu platzieren. „Die Unternehmen kriegt man nur über Wirtschaftlichkeit.“ Klingt nach Frust. Den Glauben an den „Homöo-öcologicus“ jedenfalls hat Häßler verloren.

Das Maß der Nachhaltigkeit

Wie gut ein Unternehmen im wahren Sinne des Wortes ist, lässt sich nicht an Umsatz und Gewinn messen. Da zählen andere Kriterien: ökologische und soziale. Verstößt ein Konzern gegen Menschenrechte? Wie viel Energie verbraucht er? Die Antworten fließen in die Bewertung von Rating-Agenturen wie Eiris oder Oekom Research ein. Das Rating der in der Tabelle genannten Konzerne lag in Deutschland bei B oder B- und weltweit zwischen A und B. Die genauen Ergebnisse veröffentlicht Oekom Research nicht. SAP, zum Beispiel, geht mit den Nachhaltigkeitsanforderungen seiner Branche am besten um und landet deshalb auf Platz eins. Einer der Gradmesser für Nachhaltigkeit, die auf der Börsenbewertung beruht, ist der Natur-Aktien-Index (NAI). Er umfasst insgesamt 30 internationale Werte. Ein Ausschuss, dem unter anderem Thomas Orbach vom Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt und Energie und Christoph Bals von Germanwatch angehören, überprüft die Werte. Teuerstes Unternehmen ist Starbucks – Pappbecher hin oder her – einer der größten Abnehmer von fair gehandeltem Kaffee. Punkte für Nachhaltigkeit vergibt auch die Maschinenbau-Initiative Blue Competence. In der Tabelle sind die zehn Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus aufgelistet, die die volle Punktzahl – 320 Zähler – erzielten.

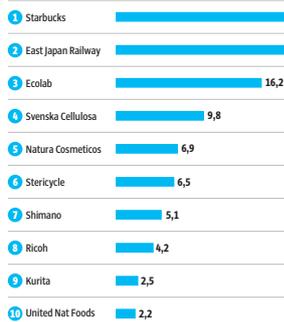
Die Top zehn von Oekom Research

Deutschland*	Weltweit**
1 SAP	1 EDP Renovaveis
2 Henkel	2 Vestas Wind Systems
3 Allianz	3 First Soar
4 Siemens	4 Terna Rete Elettrica Nazionale
5 BMW	5 Geberit
6 Raport	6 IBM
7 Deutsche Telekom	7 Benesse Holdings
8 Vossloh	8 Ricoh
9 Linde	9 Intel
10 Daimler	10 Société BIC

*Basis: Dow Jones, **Basis: MSCI World. **100 globalisierte Unternehmen

Natur-Aktien-Index

Marktkapitalisierung in Milliarden Euro



Die besten Unternehmen der VDMA-Initiative Blue Competence***

Alfred Kärcher
Bühler
Control Techniques
D + H Mechatronic
EBM Papst
Edur
Nifisk Alto
Schunk Spann- und Greiftechnik
SSI Schäfer Noell
Woma

Die Folgen

- Schöner, größer, besser**
Die größten Unternehmen in Deutschland
- Pleiten, Pech und Pannen**
Die teuersten Insolvenzen
- Die Erfinder**
Was sich Unternehmen einfallen lassen
- Das Jahrhundert-Werk**
Die ältesten Unternehmen
- Erfolg in der Kette**
Die größten Franchise-Unternehmen
- Erfolg im Ausland**
Die größten Handwerksbetriebe
- Die Jobmaschinen**
Wer stellt ein und bildet aus
- Grün, grün, grün**
Was Firmen für die Umwelt tun
- Bin ich schön**
Die wertvollsten Marken
- Risiko**
Banken, Geldverwalter und Versicherer
- Der goldene Boden**
Die größten Handwerksbetriebe
- Gefällt mir!**
Das Voting der SZ