

## Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt

### 2. Dialogforum

### Biodiversität und Unternehmen

Fulda, 20. Oktober 2011

### Dokumentation



**Inhaltsverzeichnis**

Ziele und Hintergrund des Dialogforums..... 3

Programm..... 5

Start to Talk – Ein Dialog zur Beziehung von Unternehmen und Biodiversität..... 8

Biodiversität – ein neues Thema im Umweltmanagement? ..... 9

Stand und Entwicklung zu Biodiversität bei EMAS ..... 9

Diskussionsrunde 1: Biodiversität im unternehmerischen Berichtswesen..... 10

Ergebnisse der Workshops ..... 11

Diskussionsrunde 2: Biodiversität in der Unternehmenskommunikation und Kundenansprache.... 14

Zusammenfassung und Ausblick ..... 15

**Vorhaben „Biodiversität und Unternehmen“:**

Uwe Beständig & Matthäus Wuzckowski

Centre for Sustainability Management

Scharnhorststraße 1

21335 Lüneburg

[Bestaendig@uni.leuphana.de](mailto:Bestaendig@uni.leuphana.de)

[Wuczowski@uni.leuphana.de](mailto:Wuczowski@uni.leuphana.de)

**Text und Organisation des Dialogforums:**

Rainer Kant & Ann-Cathrin Borsch

Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.)

Osterstraße 58

20259 Hamburg

[Rainer.Kant@baumev.de](mailto:Rainer.Kant@baumev.de)

[ann-cathrin.borsch@baumev.de](mailto:ann-cathrin.borsch@baumev.de)

Titelfoto: intention, Bonn

## Ziele und Hintergrund des Dialogforums

Fulda, 20. Oktober 2011

### Ziele des 2. Dialogforums „Biodiversität und Unternehmen“

Natürliche Ressourcen, Ökosystemleistungen und biologische Vielfalt, werden von Unternehmen genutzt und sind in vielen Fällen unabdingbare Grundlage für einen langfristigen Unternehmenserfolg. Gleichzeitig geht jedoch der Verlust biologischer Vielfalt ungebremst weiter. Häufig ausgelöst und verbunden mit wirtschaftlichen Aktivitäten. Aus dem Wechselspiel von Beeinflussung und Abhängigkeit ergibt sich für Unternehmen eine besondere ethische und wirtschaftliche Herausforderung. Wie können diese Herausforderungen im Unternehmen konkret bewältigt werden? Wie kann biologische Vielfalt in Unternehmen stärker berücksichtigt werden? Wo liegen die Chancen und Risiken? Zu diesen Fragen ermöglichte das Dialogforum eine stärkere Vernetzung aller Akteure und bot eine geeignete Plattform für einen konstruktiven Austausch. Im Fokus stand dabei die Bedeutung von Biodiversität in Umweltmanagementsystemen, der Unternehmenskommunikation und Kundenansprache. Wenn Unternehmen das Thema der Erhaltung biologischer Vielfalt vorausschauend und aktiv angehen, kann dies auch bezüglich des unternehmerischen Kerngeschäfts Risiken minimieren und neue Chancen eröffnen.

Das zweite Dialogforum „Biodiversität und Unternehmen“ wurde organisiert von den Projektpartnern *Centre for Sustainability Management (CSM)*, dem *Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.)* und dem *Global Nature Fund (GNF)* - als Teil des vom *Bundesamt für Naturschutz (BfN)* und aus Mitteln des BMU finanzierten Forschungs- und Entwicklungsprojekts „Biodiversität und Unternehmen“.

### Hintergrund

Den Rahmen für das Dialogforum bildet die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt (NBS), initiiert durch das *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)*. Die Strategie geht von der folgenden Grundannahme aus, dass Wirtschaft und Gesellschaft auf die Nutzung von Natur und Landschaft angewiesen sind. Zentrale Frage ist, wie unter den Bedingungen einer modernen Industriegesellschaft der Schutz und die Nutzung der biologischen Vielfalt so gestaltet werden können, dass die Vielfalt der Arten und Naturräume erhalten bleibt? Die optimale Verknüpfung von Schutz und Nutzen ist eine Schlüsselfrage in der nachhaltigen Entwicklung.

Ziel der Strategie ist es, alle gesellschaftlichen Kräfte zu mobilisieren und zu bündeln, so dass sich die Gefährdung der biologischen Vielfalt in Deutschland deutlich verringert, schließlich ganz gestoppt wird und als Fernziel die biologische Vielfalt einschließlich ihrer regionaltypischen Besonderheiten wieder zunimmt. Weiteres Ziel ist außerdem, dass Deutschland seiner Verantwortung für eine weltweit nachhaltige Entwicklung gerecht wird. Die Handlungsziele werden

in den Aktionsfeldern durch Maßnahmen staatlicher und nichtstaatlicher Akteure konkretisiert. In der gesamten Strategie werden ökologische, ökonomische und soziale Aspekte im Sinne des Leitprinzips der Nachhaltigkeit gleichermaßen berücksichtigt. Unternehmenstätigkeiten beeinflussen die biologische Vielfalt in vielfacher Weise. Das besondere Verhältnis zwischen der Abhängigkeit von einer intakten ökologischen Umwelt und der Beeinflussung eben dieser Umwelt, macht ein Biodiversitätsmanagement für Unternehmen unabdingbar.

**Programm**

- 10:00 Uhr**     **Begrüßung**  
Elsa Nickel – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit  
Carolin Boßmeyer - Geschäftsführerin 'Biodiversity in Good Company' Initiative
- 10:15 Uhr**     **Start to Talk – Ein Dialog zur Beziehung von Unternehmen und Biodiversität:**  
Beate Jessel – Bundesamt für Naturschutz; Andreas Swoboda – tegut; Holger Biller – Weleda
- 10:45 Uhr**     **Biodiversität – Ein neues Thema im Umweltmanagement ?**  
Biodiversität aus Perspektive eines Gutachters (ISO, EMAS u.a.)  
Arnd Hardtke – Dr. Hardtke Unternehmensberatung GmbH und Vorstand im Verband für nachhaltiges Umweltmanagement
- 11:15 Uhr**     **Stand und Entwicklung zu Biodiversität bei EMAS**  
Marion Hammerl – Global Nature Fund & Bodensee-Stiftung
- 11:45 Uhr**     **Fragen an die Referenten**
- 12:00 Uhr**     **Diskussionsrunde 1**  
**Biodiversität im unternehmerischen Berichtswesen**  
Holger Biller – Weleda; Irina Detlefsen – Hypo Vereinsbank;  
Oliver Rüter – oekom research AG; Wolfgang Scheunemann – dokeo
- 12:45 Uhr**     **Mittagsimbiss**
- 14:00 Uhr**     **Unternehmenserfahrungen und Praxistools – parallele Workshops**  
Umsetzungsmöglichkeiten von Biodiversitätsaspekten in Unternehmen  
**1. Thema: Biodiversitäts-Checks bei Unternehmen**  
Stefan Hörmann – Global Nature Fund; Daniela Has – Daimler AG; Wolfgang Scholze – Fraport AG  
**2. Thema: Artenvielfalt in Abbaustätten - Kooperation von Naturschutz und Industrie in der Rohstoffgewinnung**  
Holger Buschmann – Landesvorsitzender NABU Niedersachsen; Marion Hammerl – Global Nature Fund & Bodensee-Stiftung  
**3. Thema: Management von Biodiversität – Herausforderung Lieferkette**  
Edgar Endrukaitis – GIZ & Vorstand 'Biodiversity in Good Company' Initiative; Judith Winterstein – GIZ; Karin Pretzel – HiPP
- 15:10 Uhr**     **Kaffeepause**
- 15:30Uhr**     **Diskussionsrunde 2**  
**Biodiversität in der Unternehmenskommunikation und Kundenansprache**  
Silke Kleinhüchelkotten – ECOLOG Institut; Harry Assenmacher – ForestFinance; Steffen Schneider – Werbeagentur Intention; Josef Lüneburg-Wolthaus – REWE; Andreas Swoboda – tegut; Magnus Wessel– NABU
- 16:30Uhr**     **Zusammenfassung und Ausblick**  
Beate Jessel – Bundesamt für Naturschutz
- 16:45 Uhr**     **Veranstaltungsende**

**Moderation:**     Fritz Lietsch – CEO ALTOP Verlag

**Veranstaltungsort:**

tegut...Gutberlet Stiftung & Co.

Gerloser Weg 72

36039 Fulda

## Begrüßung

In ihrer Eröffnungsrede appellierte **Dr. Elsa Nickel** vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) an die anwesenden Vertreter von Unternehmen, Organisationen und Verbänden, die Kenntnis über biologische Vielfalt und das Bewusstsein über ihren Verlust zu stärken. „Biodiversität ist das dringlichste Thema neben dem Klimawandel in der deutschen Umweltpolitik. Das Interesse von Unternehmen an diesem Thema steigt stetig. Auch gesamtwirtschaftlich ist es günstiger, sich dieser Herausforderung frühzeitig anzunehmen, als nachher für entstandene Schäden zu zahlen.“ Das neue Thema „Biodiversität und Unternehmen“ brauche Visionen, Ideen, strategische und soziale Kompetenz und Fingerspitzengefühl. Insbesondere in der Aufbauphase der ‚Biodiversity in Good Company‘ Initiative seien diese Bestandteile ausschlaggebend für die erfolgreiche Durchführung des Projekts gewesen. Nickel hob hervor, dass der Verlust von biologischer Vielfalt ein dringendes Politikfeld in zweierlei Hinsicht sei. Zum einen spielten ethische Gründe eine wichtige Rolle. Zum anderen sei aus wirtschaftlicher Sicht die Erhaltung der biologischen Vielfalt von enormer Bedeutung. Leistungen von Ökosystemen, wie Schutz vor Überschwemmungen, Trinkwasser und Kohlenstoffspeicherung als öffentliche Güter, werden kostenlos in der Natur bereit gestellt. Jedoch dürften diese „ökosystemaren Dienstleistungen“ vom Menschen nicht übernutzt werden. Nickel verwies auf die von Deutschland und der Europäischen Kommission initiierte Studie „The Economics of Ecosystems and Biodiversity“ (TEEB), welche überzeugende ökonomische Argumente für den Schutz der biologischen Vielfalt liefere. Die Wirtschaft sei auf der einen Seite mitverantwortlich am Verlust biologischer Vielfalt, auf der anderen Seite aber auch abhängig von den in der Natur bereitgestellten Ressourcen. Hier würdigte Nickel eine positive Veränderung beim Interesse der Firmen an der Erhaltung von Biodiversität, appellierte jedoch an die Anwesenden, an diesem Bewusstsein weiter zu arbeiten und es in der Gesellschaft zu verankern. Pro-aktive Unternehmen hätten einen Vorsprung im Wettbewerb und viele Unternehmen erkennen ihre Chance, durch ein bewusstes Handeln für die Erhaltung von Biodiversität, wettbewerbsfähig zu bleiben.



Die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt erläutere insbesondere, wie Arten und Naturräume erhalten werden und zugleich ein wirtschaftliches Interesse an den Ressourcen auf nachhaltige Weise erfüllt werden könne. Freiwillige Modellprojekte und Kooperationen sollen beispielhaft und als Multiplikatoren wirken. Des Weiteren verwies Nickel auf Impulse, die auf Europäischer Ebene gesetzt werden. Ein Ziel der sogenannten ‚EU biodiversity strategy to 2020‘ sei es, bis 2020 Ökosysteme und Ökosystemdienstleistungen zu erhalten und zu verbessern, sowie mindestens 15 % der



verschlechterten Ökosysteme wiederherzustellen. Da die Privatwirtschaft auch in der EU als wichtiger Partner gesehen wird, plane die Europäische Kommission den Ausbau der EU-Plattform „Business and Biodiversity“ und ab 2012 die Auslobung eines Biodiversitäts-Preises auf EU-Ebene für Unternehmen. „Sensibilisieren und Kommunizieren“ ist unverzichtbar, um das Thema Biodiversität zu einem festen Bestandteil in Unternehmen zu machen. Abschließend verwies Nickel auf das vierte Nationale Forum für Biodiversität, das am 8. November 2011 in Berlin stattfinden wird. Es ist gleichzeitig Auftakt zur UN-Dekade Biologische Vielfalt von 2011 bis 2020. Bundesminister Dr. Norbert Röttgen wird dort mit Vertretern gesellschaftlicher Gruppen – auch der Wirtschaft – diskutieren, wie die UN-Dekade wirksam gestaltet werden kann.

**Carolin Boßmeyer**, Geschäftsführerin der ‘Biodiversity in Good Company’ Initiative, lud Unternehmen zur Mitwirkung in dem Unternehmensnetzwerk ein. Häufig werde Biodiversität als die zweite große globale Herausforderung neben dem Klimawandel tituliert – diese Überzeugung sei aber bei weitem noch nicht bei allen Akteuren angekommen. „Die Komplexität ist die Nuss, die wir knacken müssen, damit jeder in seinem Verantwortungsbereich entscheidungsfähig wird.“ Es sei ein gutes Signal, dass die einzelnen Branchen anfangen, ein tiefgreifendes Verständnis zu entwickeln, wie sie spezifisch betroffen sind, wo ihre Baustellen, Verantwortung, Chancen und Risiken liegen. Dazu gehöre auch, sich der Frage zu stellen: Was schaffen Unternehmen unter den derzeitigen Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen, welche Dilemmata bleiben? Boßmeyer appellierte an die anwesenden Unternehmensvertreter, eine Vorreiterrolle einzunehmen und die Wirtschaft zu sensibilisieren.



## Start to Talk – Ein Dialog zur Beziehung von Unternehmen und Biodiversität

**Fritz Lietsch** vom ALTOP Verlag moderierte die Veranstaltung und eröffnete die Gesprächsrunde an der **Prof. Dr. Beate Jessel**, Präsidentin des *Bundesamt für Naturschutz (BfN)*, **Andreas Swoboda**, von tegut und **Holger Biller**, Leiter des Nachhaltigkeitsmanagements bei Weleda, teilnahmen. „Es ist wichtig, dass Naturschützer die Erhaltung der biologischen Vielfalt nicht nur unter sich ausmachen, sondern das Bewusstsein für ihre Relevanz auch in anderen gesellschaftlichen Sektoren verankern“, so Prof. Dr. Jessel. Swoboda forderte die Zuhörer auf, ein Bewusstsein für Chancen und Hemmnisse in Bezug auf



Biodiversität in Unternehmen zu schaffen. Traditionelle Landwirtschaft müsse wieder als „Kultur“ gesehen werden. Biologisches Wirtschaften stelle hier eine Chance dar. Biller verwies auf die Berücksichtigung der kompletten Lieferkette beim Schutz von Ressourcen. Der Appell an die Politik ist „weg von Quantität, hin zu Qualität“.

Unternehmen könnten und müssten im Bereich Naturschutz etwas bewirken. Unternehmens- und Markenidentifikation könne und sollte auch das Thema Biodiversität umfassen. Neben der Anpassung an den Klimawandel müsse die Erhaltung der biologischen Vielfalt fest auf der Agenda verankert werden. Jedoch dürften die beiden Aufgaben nicht getrennt voneinander betrachtet werden. Biodiversität sei vom Klimawandel betroffen, im Gegenzug leisteten viele Maßnahmen zum Erhalt der Biodiversität auch signifikante Beiträge zum Klimaschutz. Diese Synergien und Zusammenhänge müssten von der Politik und der Wirtschaft berücksichtigt werden, so Prof. Dr. Jessel. Man dürfe sich nicht nur mit einem Thema befassen, auch Neben- und Nachwirkungen müssten evaluiert werden. Insbesondere im Supply-Chain-Management stellten Transport und Logistik wichtige Anknüpfungspunkte dar.

Das Thema Kommunikation zog sich wie ein roter Faden durch die Veranstaltung. Biller erläuterte, wie Weleda seine Kunden über das Thema biologische Vielfalt informiere und sensibilisiere. Zu den Kommunikationswegen gehörten die Kundenzeitschrift, die Produktnamen, der Nachhaltigkeitsbericht, das Internet, aber auch Führungen durch den firmeneigenen Heilpflanzengarten. Anmerkungen aus dem Publikum verdeutlichten, dass die Politik die Kommunikation des Themas noch weiter verbessern und verstärken muss. Nachhaltiger Konsum spiele hier eine wichtige Rolle. Das Konsumverhalten



wird sich in Zukunft ändern und nicht nur die Politik, sondern auch die Wirtschaft müsse sich mit dieser Veränderung auseinandersetzen, so Swoboda.

### **Biodiversität – ein neues Thema im Umweltmanagement?**

Welche Ansätze gibt es, um Biodiversitätsleistungen zu messen und in Umweltmanagementsysteme zu integrieren? Zu dieser Frage referierte **Dr. Arnd Hardtke**, Geschäftsführer der Dr. Hardtke Unternehmensberatung GmbH und Vorstand im Verband für nachhaltiges Umweltmanagement (VNU e.V.). Hierbei sei es wichtig die Kultur und Philosophie des Unternehmens zu berücksichtigen. Verhaltensregeln und Stakeholder-Interessen seien hier von besonderer Bedeutung. Als Beispiel, wie Biodiversität als Thema im Unternehmen verankert werden kann, stellte Dr. Hardtke die internationale Norm ISO 26000 vor, ein Leitfaden, an dem sich Unternehmen orientieren können, um gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. In ihm werden Handlungsempfehlungen, Möglichkeiten der Organisationsführung sowie Wege zur erfolgreichen Verankerung von Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung in Organisationen aufgezeigt. Zu diesen Kernthemen zählt auch ein verantwortungsvoller Umgang zur Wahrung biologischer Vielfalt. Die Verbindung von Umweltmanagement und Biodiversität könne zwar durch eine Risikoanalyse hergestellt werden (ein Ansatz, dem einige Unternehmen folgen), das ganzheitliche Biodiversitätsverständnis kann jedoch durch ein reines Umweltmanagement nicht vollständig abgedeckt werden. Viel entscheidender wäre es daher, den Aspekt der Biodiversität in einem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement zu verankern. Hierzu gibt der ISO-Leitfaden hilfreiche Empfehlungen. In einem derartigen System könnten dann auch Biodiversitätsleistungen mittels festgelegter Kennzahlen bewertbar gemacht werden. Dr. Hardtke betonte außerdem, dass ISO 26000 kein Zertifizierungssystem sei und dies von den Initiatoren niemals beabsichtigt war. Vielmehr soll ISO 26000 als CSR-Leitfaden verstanden werden, der Organisationen weltweit ein strukturiertes Verständnis geben soll, was gesellschaftliche Verantwortung bedeuten kann und wie es in den Organisationen umgesetzt werden könnte.



### **Stand und Entwicklung zu Biodiversität bei EMAS**

**Marion Hammerl**, Präsidentin des Global Nature Fund und Geschäftsführerin der Bodensee Stiftung berichtete über die neusten Entwicklungen zu Biodiversität beim Umweltmanagementsystem EMAS und stellte Indikatoren vor, mit der sich die Ausgangslage darstellen und messbare Ziele und Maßnahmen identifizieren lassen. Der von EMAS vorgeschriebene Performance Indikator



„Flächennutzung“ ist oft nicht ausreichend und bildet nicht alle Bezugspunkte eines Unternehmens zur Biodiversität ab. Der Revisionsprozess der ISO 14001 startet gerade; auch hier sollen Unternehmen in Zukunft ihren Bezug zur biologischen Vielfalt analysieren und bei Relevanz Ziele und Maßnahmen zum Schutz festlegen.

### Diskussionsrunde 1: Biodiversität im unternehmerischen Berichtswesen



In der anschließenden Diskussionsrunde beschäftigten sich **Holger Biller**, Leiter des Nachhaltigkeitsmanagements bei Weleda, **Irina Detlefsen**, Abteilungsdirektorin im Bereich Corporate Sustainability bei der HypoVereinsbank, **Oliver Rüter**, oekom research AG und **Wolfgang**

**Scheunemann**, Geschäftsführer von dokeo, mit dem Thema ‚Biodiversität im unternehmerischen Berichtswesen‘. Es wurde betont, dass Biodiversität noch keine Priorität auf der Agenda der Unternehmen einnehme und wenig Berichterstattung erfolge. Gerade in mittelständischen Unternehmen fehlen oft die Ansprechpartner und das nötige Know-How. Ein branchenspezifisches Vorgehen könne hier eine Hilfestellung leisten. Biller forderte zu einem Systemwechsel auf, der die Inanspruchnahme der Natur berücksichtige und bepreise, um dadurch fehlenden Schutz der biologischen Vielfalt oder auch anderer Umweltbelastungen für Unternehmen zu verteuern. Die Preise müssten die ökologische Wahrheit ausdrücken. Beispiel Lebensmittel: konventionelle Lebensmittel seien nur billiger als ökologische, da die Umweltfolgen durch die Allgemeinheit getragen werden. Aus Sicht der HypoVereinsbank, betonte Detlefsen, dass die Kunden nachhaltige Geldanlagen vergleichsweise wenig nachfragen, obwohl es eine Vielzahl von Produkten am Markt gibt. Das kann an der mangelnden Kenntnis liegen („was sind nachhaltige Geldanlagen“). Es wurde außerdem vorgeschlagen, eine ökologische Berichterstattung zur Pflicht für Unternehmen zu machen. Transparenz sei hier von großer Bedeutung. Scheunemann, von dokeo, verwies auf einen anderen wichtigen Aspekt: „Wir brauchen mehr Emotionalität“ Die Teilnehmer der Diskussionsrunde waren sich einig darin, dass das Thema Biodiversität zwar bewegt, die Kommunikation jedoch noch stärker und auf breiterer Ebene stattfinden müsse, um eine Nachfrage bei den Kunden zu erzeugen.

## Ergebnisse der Workshops

### 1. Biodiversitäts-Checks bei Unternehmen

Stefan Hörmann – Global Nature Fund; Daniela Has – Daimler AG; Wolfgang Scholze – Fraport AG

In diesem Workshop wurde den Teilnehmern mit dem Biodiversitäts-Check ein Werkzeug vorgestellt, durch das Auswirkungen erfasst werden können, die ein Unternehmen bzw. einzelne Unternehmensbereiche auf die biologische Vielfalt haben. Der Check untersucht direkte Auswirkungen des Unternehmens auf die Biodiversität, für die das Unternehmen direkt verantwortlich ist und



die es auch beeinflussen kann. Ebenso berücksichtigt er indirekte Auswirkungen, die das Unternehmen durch den Dialog mit seinen Stakeholdern beeinflussen kann. Zu Beginn des Workshops zeigte eine Umfrage bei den Workshopteilnehmern, dass Biodiversität für die Arbeit der Anwesenden sehr wichtig ist. Nach einer Einführung in den Biodiversitäts-Check durch **Stefan Hörmann**, berichtete **Daniela Has** von Erfahrungen der Durchführung des Biodiversitäts-Checks bei der Daimler AG. Dabei wurde festgestellt, dass eine bessere Kommunikation wichtig sei, besonders weil es in vielen Unternehmen immer noch Vorbehalte gegenüber dem Thema Biodiversität gäbe und Berührungspunkte nicht leicht zu erkennen seien. In seinem anschließenden Vortrag erläuterte **Wolfgang Scholze**, wie der Biodiversitäts-Check bei Fraport durchgeführt wurde. Sowohl eine Schwachstellenanalyse als auch die Einbeziehung von externer Expertise ermögliche die Überprüfung des eigenen Standpunkts. Resultierend wurden Verbesserungspotentiale sowie Schwachstellen aufgedeckt und außerdem die Kommunikation mit Umweltverbänden verbessert. Betont wurde die Wichtigkeit der Entwicklung von „Key Performance Indikatoren“, welche die Messung von Effekten ermöglichen. Auch in diesem Workshop wurde bekräftigt, dass der Faktor „Reputation“ eine wichtige Rolle spielt; Vorreiterunternehmen sollten stärker in den Vordergrund gestellt werden.

**2. Artenvielfalt in Abbaustätten – Kooperation von Naturschutz und Industrie in der Rohstoffgewinnung**

Dr. Holger Buschmann – Landesvorsitzender NABU Niedersachsen; Marion Hammerl – Global Nature Fund & Bodensee-Stiftung

Die Teilnehmer dieses Workshops beschäftigten sich mit Möglichkeiten Abbaustätten als Chance für den Naturschutz zu nutzen. Abbaustätten zur Förderung von Rohstoffen, wie Kies, Ton, Sand und Steine sind Geschäftsgrundlage von Abbaununternehmen und wichtig für



die wirtschaftliche Entwicklung. Doch Abbaustätten werden auch zu „Wunden in der Landschaft“, indem Abbaununternehmen in Ökosysteme eingreifen und das Landschaftsbild zerstören. Die Teilnehmerstruktur dieses Workshops reichte von Akteuren aus Unternehmen und Politik über Naturschutzverbände bis hin zur Wissenschaft. Ziel dieses Workshops war es, die Voraussetzungen für Kooperationen sowie förderliche und hemmende Faktoren zu diskutieren. Einführend wurde von den Teilnehmern betont, dass Abbaustätten folgende Potenziale für den Naturschutz bergen:

- Steinbrüche können auf kleiner Fläche einen Großteil der gefährdeten Pflanzenarten des Umfeldes beherbergen
- Abbaustätten sind geprägt durch eine hohe Lebensraumvielfalt (hierunter auch seltene und extreme Standorte)
- viele Arten sind heute abhängig von Abbaustätten (z.B. Gelbbauchunke)
- geringer Besucherdruck.



Als Voraussetzung für Kooperationen mit Naturschutzverbänden und Abbaununternehmen wurden ein frühzeitig einsetzender Dialog, eine klare Definition von Zielen und Grenzen der Kooperation, sowie die Rolle der Industrieverbände als Multiplikator und Vermittler, formuliert.

Ein sorgfältiges Biodiversitätsmanagement während des Abbaus oder die Reduzierung von Kosten durch Renaturierung statt Rekultivierung schaffen Win-Win-Situationen für beide Seiten. Im



Unternehmen ist die Schulung und Einbindung der Mitarbeiter eine Grundlage für den Erfolg. Wenn die Mitarbeiter nicht dahinter stehen, könnten die Chancen für ein Plus an biologischer Vielfalt nicht genutzt werden. Und auch ein langfristig angelegtes Monitoring ist wichtig, um die Wirkungen der Maßnahmen zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Als ein hemmender Faktor wurde unter anderem erwähnt, dass die „alte Generation“ der Abbaunternehmer zu traditionellen Abbaumethoden tendiert. Außerdem hindern oft veraltete Rekultivierungspläne die Durchsetzung von alternativen Renaturierungslösungen. Allerdings ist für eine Umgestaltung der Pläne zugunsten einer Renaturierung die Zustimmung zahlreicher Behörden, wie beispielsweise des Bergbauamtes, der Wasserbehörde oder Forstverwaltungen sowie des Eigentümers der Flächen notwendig. Hier steht die biologische Vielfalt oft nicht im Vordergrund.

### 3. Management von Biodiversität – Herausforderung Lieferkette

Edgar Endrukaitis – GIZ & Vorstand 'Biodiversity in Good Company' Initiative; Judith Winterstein – GIZ; Karin Pretzel – HIPP



Zu Beginn des 3. Workshops, stellten **Edgar Endrukaitis** und **Judith Winterstein** von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, ihr Kooperationsprojekt mit der Cranfield University und dem Beratungsunternehmen Middlemarch Environmental zur Überprüfung der Lieferkette nach Biodiversitätsaspekten vor. Dr. Derek Whatling von der Cranfield University entwickelte die TABS-Methode (Toolkit for assessing biodiversity in the supply chains), mit der der Einfluss auf Biodiversität in Unternehmenslieferketten – sowohl auf Lieferanten- als auch auf Konsumentenseite- quantitativ bewertet werden kann. Die Anwendung der Methode erfolgt durch

das Beratungsunternehmen. Teilnehmende Unternehmen, so Winterstein, erhalten durch TABS einen genauen Einblick darüber, wie hoch die Biodiversitätschancen und –risiken innerhalb ihrer Produkt- oder Rohstofflieferkette sind. Bis zu über 60 Einflussfaktoren kann das TABS-Modell berücksichtigen. Bei Bedarf können auch durch Vorortbesuche weitere oder vertiefte Untersuchungen erfolgen. Am Ende der Studie erhalten Unternehmen einen Aktionsplan mit Vorschlägen zur Anpassung. Winterstein betonte, dass es sich beim TABS-Modell um eine übertragbare Methode handle, die Unternehmen nach der Pilotphase auch in Eigenregie auf weitere Produkte oder Rohstoffe anwenden können. Unternehmen, die ein Interesse haben daran teilzunehmen, können sich bei [Judith.Winterstein@giz.de](mailto:Judith.Winterstein@giz.de) nach Teilnahmemöglichkeiten erkundigen.

Im Anschluss erläuterte **Karin Pretzel**, wie HiPP zum Erhalt der biologische Vielfalt beiträgt. Zentral dabei ist, dass das EMAS-zertifizierte Unternehmen vor allem durch ganzheitliche, biologische Landwirtschaft Böden, Klima, Wasser und Arten schützt. Zum HiPP-Nachhaltigkeitsmanagement zählen die CO<sub>2</sub>-Neutralität in der Produktion, 70%

Wassereinsparungen, 97 % Abfallrecycling, Reduktion des Verpackungsmaterials und Projekte zur biologischen Vielfalt. Ein Leuchtturmprojekt ist dabei der „Musterhof für biologische Vielfalt“. In diesem Betrieb werden Umweltmaßnahmen zur Verbesserung der biologischen Vielfalt experimentell und



wissenschaftlich erprobt. Ziel ist es, ein praktisches Modell zum Schutz der biologischen Vielfalt für HiPP-Lieferanten zu entwickeln. Langfristig sollen dadurch Indikatoren für Biodiversität ermittelt und biodiversitätsfreundliche Produkte identifiziert werden. Diese Daten plant HiPP mit Ökobilanz-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsdaten zu verknüpfen und eine Software zu entwickeln, die auch Lieferanten zur Verfügung stehen soll. Auch HiPP appelliert an die Politik, das Thema Biodiversität ernst zu nehmen und mit effektiven Maßnahmen zu unterstützen.

### Diskussionsrunde 2: Biodiversität in der Unternehmenskommunikation und Kundenansprache

An der 2. Diskussionsrunde nahmen **Dr. Silke Kleinhüchelkotten**, stellvertretende Geschäftsführerin des ECOLOG-Instituts, **Harry Assenmacher**, Geschäftsführer von Forest Finance, **Steffen Schneider**, Geschäftsführer der Intention Werbeagentur, **Dr. Josef Lüneburg-Wolthaus** von der strategischen Qualitätssicherung bei der REWE Group, **Andreas Swoboda** von tegut sowie **Magnus Wessel**, NABU-Referent für Natur- und Artenschutz, teil. Erneut stand das Thema Kommunikation im Mittelpunkt der Diskussion. Mit Fragen wie „Wo sehen Sie die Grenze zum Greenwashing“?



setzte Moderator Lietsch wichtige Denkanstöße. Die Teilnehmer der Diskussionsrunde waren sich einig, dass manche Unternehmen es leichter haben als andere, Biodiversität als dringendes



Thema zu kommunizieren. Ein eindeutiges Labelling auf Produkten könne helfen, das komplex und abstrakt empfundene Thema biologische Vielfalt besser zu kommunizieren. Aus dem Podium kam die Frage, ob es nicht zunächst notwendig sei, die Naturverbundenheit zu fördern, um dann auch für den Erhalt der Biodiversität zu werben. Dem wurde entgegen gehalten, dass eine „Liebe zur Natur“ bereits bestehe in weiten Teilen der Bevölkerung, jedoch entspreche das Verständnis von Natur nicht immer dem der „Naturschützer“. Biodiversität stehe an diesem Punkt immer noch in Konkurrenz mit anderen für die Gesellschaft relevanten Themen. Kleinhüchelkotten betonte, dass der Weg über die soziale Anerkennung einen großen Wert habe, dass die Mehrheit der Menschen aber erst dann freiwillig handeln werde, wenn Naturschutz einen zentralen Wert in der Gesellschaft einnehme, weshalb ein stärkeres Bewusstsein in der breiten Bevölkerung gefördert werden muss. Assenmacher forderte parallel noch stärkere regulative Eingriffe von Seiten der Politik, da sich der Markt, insbesondere bezogen auf den Schutz der biologischen Vielfalt, schwer selbst regulieren könne und Selbstverpflichtungen kaum wirken. Eine glaubhafte Kommunikation müsse durch ein unternehmerisches Handeln auch tatsächlich untermauert sein. „Biologische Vielfalt findet nämlich in der Realität statt, nicht auf dem Papier“, so Schneider.

### Zusammenfassung und Ausblick

In ihrer Zusammenfassung betonte **Prof. Dr. Beate Jessel**, vom Bundesamt für Naturschutz, dass das BMU und das BfN auch weiterhin Unterstützung leisten werden, um Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsbelange in den Unternehmen zu verankern. Das Thema Biodiversität - so ihr Eindruck, auch aus dieser Veranstaltung - sei bei den Vorreitern in der Wirtschaft angekommen, es werde aber noch nicht ausreichend, in breitem Maßstab als prioritäres Thema gehandelt, das auch das Kerngeschäft betreffe. Es bestehe u. a. noch Bedarf an Indikatoren, mit denen die Wirkungen unternehmerischer Aktivitäten auf die Biodiversität in ihren verschiedenen Dimensionen messbar gemacht werden können. Perspektivisch sollten die Auswirkungen von Unternehmen auf Umwelt und Naturkapital auch in Unternehmensbilanzen integriert werden. Die Kommunikation über biodiversitätsgerechtes unternehmerisches Handeln und nachhaltigen Konsum benötige nachvollziehbare Informationen. Sie müsse ehrlich geführt werden, ausreichend kompakt sein und neben der wirtschaftlichen auch die emotionale Ebene berücksichtigen, damit sie auch beim Konsumenten ankomme. Chancen müssen hervorgehoben, Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt und Vorbehalte überwunden werden. Neben den Unternehmen sei hier auch die Politik als Vermittler der nötigen Botschaften gefragt.



Das Ziel von BMU und BfN sei es, einerseits mit konkreten Projekten, v.a. im Rahmen der Forschungsförderung und des neuen Bundesprogramms zur biologischen Vielfalt, Instrumente und Tools für Unternehmen weiter zu entwickeln und konkrete Maßnahmen der Wirtschaft zur Umsetzung der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt zu unterstützen. Andererseits werde der Dialog mit der Wirtschaft fortgesetzt und die Vernetzung von Unternehmen bei der Entwicklung naturschutzgerechter Wirtschaftsweisen gefördert. Frau Jessel verwies darauf, dass sich an die internationale Studie „The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB)“ ab 2012 unter dem Titel „Naturkapital Deutschland“ auch eine entsprechende nationale Studie für Deutschland anschließen werde. Prozess und Ergebnisse dürften auch für die Wirtschaft von großem Interesse sein.

Impressionen der Veranstaltung



Das Dialogforum war Teil des Forschungs- und Entwicklungsprojekts „Biodiversität und Unternehmen“ und wurde von folgenden Projektpartnern realisiert:

