

# Forum

## Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin



**Medien und Nachhaltigkeit**  
Dürfen Journalisten  
Aktivisten sein?

**Todesursache:**  
Geplanter Verschleiß

**Sozial-Finanzierung**  
Wie Social Impact Bonds  
die Staatskasse schonen

DESIGN  
MEINE  
ZUKUNFT



**SMARTER PRODUKTE** Autoreifen aus Löwenzahn,  
Fahrräder aus Bambus, Kaffeemaschinen aus alten CDs:  
Wenn Entwickler in Kreisläufen denken.





32

Geplanter Verschleiß: Das Geschäft mit dem Murks



20

Preisgekröntes Ecodesign: Stilvolle Mode ohne Bekleidungsabfall.

- 3 Editorial
- 6 **Der glühende Globus** Künstler Ingo Günther visualisiert, wo die Erde in den vergangenen 50 Jahren wärmer und kälter wurde.
- 8 **forum-News**
- 9 **Aus alten Skateboards werden Sonnenbrillen ...** und weitere gute Nachrichten über Ressourcen
- 10 **Unternehmens-News**
- 12 **SCHWERPUNKT: Produktverantwortung**
- 14 **Das Versagen der Designindustrie** Sie motiviert zu Zerstörung und Verschwendung
- 20 **In Bildern** Autoreifen aus Löwenzahn, Fahrräder aus Bambus: Produkte von Designern, die an morgen denken.
- 26 **Es beginnt im Kopf** Wie Designer nachhaltige Produkte entwickeln.
- 28 **Intelligente Verschwendung** In Michael Braungarts Welt ist prassen ok, weil es dort keinen Müll gibt.
- 32 **Schon kaputt?** Geplanter Verschleiß lässt Kunden verzweifeln.
- 36 **Ressourceneffizienz** Wie die Wirtschaft Milliarden Euro sparen könnte.
- 38 **Entscheider in 999 Zeichen** Was ist ein nachhaltiges Produkt?
- 40 **Außen hui** Nicht nur die Verpackung entscheidet, ob der Kunde zulangt.
- 44 **Produktverantwortung** Eine Checkliste für Entscheider
- 45 **SPECIAL: Medien und Nachhaltigkeit**
- 46 **Überblick** Welche Medien sind federführend und haben sie eine Zukunft?
- 48 **Intrapreneurship** Wie das Tech-Portal WiWo Green entstand.
- 52 **Stiefkind** Warum so selten über Nachhaltigkeit berichtet wird.
- 54 **Werbung, die rockt!** Kein Greenwashing und garantiert nicht langweilig
- 58 **Dürfen Journalisten Aktivisten sein?** **forum**-Herausgeber Fritz Lietsch und Ulrich Brenner, Ex-Leiter der Deutschen Journalistenschule, debattieren.
- 62 **Leserdiskussion** Sollten Journalisten für eine Sache brennen?
- 64 **Bezahlmodelle für Medien** Crowdfunding, Genossenschaft, Werbung oder Stiftung?
- 66 **Checkliste** Nachhaltiger Journalismus



58/62

Dürfen sich Journalisten mit Nachhaltigkeit gemein machen?



82

Immer mehr Unternehmen geben knappen Ressourcen wie Wasser einen Preis.

67 **THEMEN**

**Innovationsschmieden**

68 **Serie** In Futurlabs heben Kreative die Welt aus den Angeln.

**Unternehmensführung**

72 **Den Lohn selbst bestimmen?** Drei etwas andere Unternehmen

77 **Serie der CSR-Manager** Die Bestandsaufnahme

80 **Kolumne** Wie geht nachhaltige Transformation?

**Biodiversität**

82 **Naturkapital** Warum geben Firmen wie Coca-Cola der Natur einen Preis?

84 **Interview** Stefan Seidel von PUMA.Safe über die Umweltkosten des Konzerns

86 **Eco-Payment** Wie Unternehmen ihre Versorgung sichern.

**Energie & Klima**

90 **Im Kraftwerk Erde** Warum Solarenergie das meiste Energiepotenzial hat.

**Nachhaltig Bauen**

94 **Risikoreiche Gebäude will keiner** Doch woran erkennt man gute Bauprodukte?

**Entscheider im Gespräch**

98 **Was passiert mit unserem Müll?** Eric Mendel von der ALBA Group im Interview

101 **In 999 Zeichen** Was macht Ihre Branche für den Klimaschutz?

**Berichterstattung & Kommunikation**

102 **Marketing** Wie glaubwürdig ist meine Marke?

**Bildung**

106 **UN-Dekade** Unternehmen und Bildungseinrichtungen sollten kooperieren.

**Wachstumskritik**

108 **Doppelinterview** Ökonom Tim Jackson will eine Welt ohne Wirtschaftswachstum. Wirtschaftsethiker Karl Homann hält das für gefährlich.

**Social Business**

112 **Kuschelhund gegen Vorurteile** Der Awauwi andere neue Geschichten von Afrika.

116 **Finanzierung** Wie Social Impact Bonds Straftätern helfen und die Staatskasse schonen.

119 **SERVICE**

120 **forum** Medientipps

122 **B.A.U.M.** informiert

124 **forum** Kleinanzeigen

126 **forum** Events im Rückblick

127 **forum** Events in der Vorschau

129 Themenvorschau und Impressum

130 Nina Ruges **geteilte Meinung**



**Kenner der Kreisläufe:** Eric Mendel ist Mitglied des Vorstands der ALBA Group und verantwortlich für das Vorstandssegment Services, zu dem auch die Marke Interseroh gehört. Die ALBA Group ist mit rund 200 Tochter- und Beteiligungsunternehmen in Deutschland und Europa sowie in Asien und den USA aktiv. Mit insgesamt knapp 9.000 Mitarbeitern erwirtschaftet sie ein jährliches Umsatzvolumen von rund 2,9 Milliarden Euro (2012). Die Unternehmensgruppe bietet sowohl Abfallmanagement-Beratung und Verpackungslizenzierung, als auch Recyclinglösungen und Sortiertechnologien sowie Logistikkonzepte und Produktentwicklung.

# „Nachhaltigkeit vom Pathos befreien“

Wiederverwenden, vermeiden, recyceln – der Umweltdienstleister und Rohstoffversorger ALBA Group hat das abfallpolitische Credo zum Businessmodell gemacht. Um knappe Ressourcen in Kreisläufe zu führen, muss man die gesamte Wertschöpfungskette betrachten, erklärt Vorstand Eric Mendel im **forum**-Interview.

*Ein Interview von Tina Teucher*

***In welchem Umfang Recycling zum Klimaschutz beiträgt, ist kaum bekannt. Doch in den letzten 15 Jahren hat allein die Entsorgungs- und Kreislaufwirtschaftsbranche ein Viertel der deutschen CO<sub>2</sub>-Reduktionen erzielt. Stecken in unserem Abfall so viele Treibhausgase?***

Eric Mendel: In der Tat. Aktuelle Studien zeigen, dass es deutlich energie- und ressourcenschonender und damit klimafreundlicher ist, Recyclingmaterialien im Produktionsprozess einzusetzen, als Primärmaterialien zu nutzen. Allein wir als ALBA Group konnten durch die Wiederaufbereitung von über sieben Millionen Tonnen Wertstoffen im Jahr 2012 rund 7,1 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente einsparen – das entspricht immerhin knapp einem Prozent des gesamtdeutschen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks. Gleichzeitig konnten wir über 41 Millionen Tonnen Primärressourcen einsparen. Den Klimaschutzeffekt lassen wir bereits seit mehreren Jahren von Fraunhofer UMSICHT analysieren. Im vergangenen Jahr haben wir die Untersuchung auf die in der Natur verbleibenden Rohstoffe ausgeweitet, die sogenannten abiotischen Rohstoffe. Das Ergebnis zeigt, dass Recycling messbar dazu beiträgt, die Industrie in erheblichem Maße unabhängiger von Primärrohstoffen zu machen. Und: Eine nachhaltige Bewirtschaftung unseres Lebensraumes ist möglich, wenn wir Produkt-, Logistik- und Materialkreisläufe schließen.

***Die Deutschen sind Weltmeister im Abfalltrennen. Trotzdem herrscht oft Unklarheit darüber, was dann mit unserem Abfall passiert. Ist die Branche intransparent oder kompliziert?***

Im Gegenteil. Wir dokumentieren Recyclingmengen und -wege detailliert. Bei Verpackungsabfällen aus dem Gelben Sack schreibt das sogar der Gesetzgeber vor. Das ist vielleicht in der breiten Öffentlichkeit nicht so bekannt, obwohl die Medien heute schon gute Aufklärungsarbeit leisten. Es gibt zum Beispiel im Fernsehen immer häufiger Sendungen, die sich mit dem gesamten Recyclingprozess beschäftigen und so vermitteln, welche Wertstoffe im Müll stecken. Auch beim Konsumverhalten registrieren wir einen Paradigmenwechsel. Immer mehr Menschen beziehen die Recyclingfähigkeit von

Produkten in ihre Kaufentscheidung ein oder greifen direkt zu Recyclingprodukten.

***Sie werben explizit mit Nachhaltigkeit. Wie viel Überzeugungs- und Aufklärungsaufwand betreiben Sie bei neuen Geschäftsbeziehungen?***

Wir gehen an jede Geschäftsbeziehung mit dem Anspruch heran, den Kunden, sein Geschäftsmodell und seine Wertschöpfungskette genau zu verstehen. So können wir unsere Leistungen am Bedarf des Unternehmens ausrichten, immer mit dem Ziel, Verbesserungspotenziale zu heben und ökonomisch wie ökologisch einen Mehrwert zu schaffen. Ein Beispiel hierfür ist das Ver- und Entsorgungszentrum am Potsdamer Platz in Berlin. Mit einer Gesamtgrundfläche von 4.500 Quadratmetern und fünf Kilometern Versorgungswegen gewährleisten wir, dass die dort ansässigen Unternehmen, Hotels und Büros effizient versorgt und ihre Abfälle unauffällig, verursachergerecht und umweltschonend entsorgt werden.

***Wo hat Ihre Branche bei Nachhaltigkeit noch immer die größten Schwierigkeiten in der Umsetzung?***

Ein nachhaltiges Stoffstrom- und Ressourcenmanagement muss ganzheitlich sein und die gesamte Wertschöpfungskette betrachten. Das erfordert einen hohen Kooperations- und Abstimmungsaufwand zwischen Vorlieferanten, Herstellern und Handel. Die Erfahrung mit unseren Kunden, und das gilt branchenübergreifend, zeigt, dass erst langsam das Bewusstsein dafür wächst, dass einmal genutzte Materialien wieder zurück in den Produktionsprozess fließen können. Angefangen vom Marketing- und Produktmanager über Logistiker und Werksleiter bis zum Meister an der Spritzgussmaschine müssen wir alle für die Idee gewinnen, dass der Einsatz von Recyclingmaterial sinnvoll ist. Am überzeugendsten sind die Materialien selbst: Wenn sie testweise an der Maschine problemlos laufen und auch für anspruchsvolle Aufgaben stabil genug sind, lösen sich die Vorurteile in Luft auf. Das ist etwas zeitaufwendig, aber wenn es einmal läuft, haben wir es mit einem ebenso eingeschliffenen Prozess zu tun wie

beim Einsatz von Primärware. Unser Kunde Curver ist ein gutes Beispiel dafür. Die Teams von Curver sind so überzeugt von Recyclingmaterialien, dass sie eine eigene Produktlinie „Ecolife“ entwickelt und erfolgreich am Markt etabliert haben, die sie aus unserem Kunststoffgranulat herstellen. Diese Designlinie wurde sogar mit dem „Best Recycled End-consumer Product 2012“-Preis ausgezeichnet.

**Aber schwächt solche freiwillige Verantwortungsübernahme nicht die eigene Wettbewerbsfähigkeit?**

Wenn wir einmal das Pathos in der Nachhaltigkeitsdebatte beiseite lassen, sprechen in erster Linie harte wirtschaftliche Gründe für eine umfassende Wiederverwendung von Produkten und Wiederverwertung von Materialien. Beispiel Kunststoffrecycling: Wir sind heute in der Lage, unterschiedlichste Kunststoffarten aus dem Gelben Sack zu trennen und die entstehenden Sekundärrohstoffe über ein spezielles Aufbereitungsverfahren – wir nennen es recycled-resource – zu einem 100-prozentigen Neuwarensubstitut zu verarbeiten. Der Recyclingkunststoff mit dem Markennamen Procyclen ist weniger preissensibel, weil nicht vom Erdölpreis abhängig und zugleich langfristig verfügbar. Und der Einsatz von Procyclen in der Produktion spart entlang des gesamten Gewinnungsprozesses sehr viel Energie- und Logistikkosten und damit Treibhausgas ein.

**Ein Tag Gesetzgeber sein. Was würden Sie ändern oder einführen, um die Verbreitung der Nachhaltigkeit in Ihrer Branche zu erleichtern?**

Man sollte die Produktverantwortung der Hersteller mehr in Richtung Kreislaufführung entwickeln. Wenn es nach mir ginge, würden wir die stoffliche Verwertung von Abfällen noch stärker als die energetische Verwertung fördern. Gleichzeitig würde ich die Recyclingquoten erhöhen und den Anteil von Recyclingmaterial in der Produktion steigern. Aber ich bin kein Freund von Überregulierung. Ich würde vielmehr Anrei-

ze und Impulse für die Wirtschaft schaffen, um den bereits laufenden Umdenkprozess zu forcieren. Denkbar wäre, dass die Hersteller eigene Sammelsysteme bei ihren Händlern installieren, die gesammelten Produkte oder Verpackungen in enger Kooperation mit Verwertungsspezialisten aufbereiten und so die Sekundärrohstoffe am Ende wieder in ihren Produktionsprozess zurückführen. Dann könnte die Industrie tatsächlich Einfluss darauf nehmen, dass die Stoffströme dorthin gehen, wo die Hersteller ihre Rohstoffe beschaffen.

**Welche Kooperationen – mit Unternehmen, NGOs oder Politik – waren besonders hilfreich für Ihr auf Langfristigkeit angelegtes Wirtschaften?**

Die Kooperationen mit unseren Kunden. Ein herausragendes Beispiel ist die REWE Group. Von der Verpackungsrücknahme über die Filialentsorgung bis zur Entwicklung neuer Produkte aus Recyclingmaterial haben wir unsere Zusammenarbeit immer weiter intensiviert und zu einer echten Wertschöpfungspartnerschaft ausgebaut. Bei ALDI Süd haben wir die Einweg-Kartonage für Obst und Gemüse durch eine ebenso effiziente wie umweltfreundliche Mehrwegtransportlogistik ersetzt. Solche Leuchtturmprojekte besitzen eine starke Strahlkraft für die gesamte Branche am Standort Deutschland.

**Eric Mendel privat: Wie setzen Sie Nachhaltigkeit um?**

Ich treibe viel Sport, koche und esse gesund und versuche, meinen Kindern Werte zu vermitteln. Ich finde es wichtig, dass sie bewusst mit ihrem Spielzeug umgehen, es nicht gleich wegwerfen, sondern an andere weitergeben. Natürlich wissen unsere Kinder, wie man Müll trennt, nicht nur zu Hause, sondern auch, wie es in einer Anlage funktioniert. Sie haben Spaß daran, und ich glaube, dass wir noch viel mehr tun müssen, um die nachwachsende Generation an einen bewussten Umgang mit unseren Ressourcen heranzuführen. ■

**Akademie Heiligenfeld**

# Kongress Burnout und Resilienz

Bewusstseinskompetenz für Wirtschaft und Gesellschaft

22. bis 25. Mai 2014

Bad Kissingen, Regentenbau und Heiligenfeld Kliniken

[www.kongress-heiligenfeld.de](http://www.kongress-heiligenfeld.de)

Diskutieren Sie mit Top-Referenten wie Eugen Drewermann, Pater Anselm Grün, Joachim Galuska, Werner Tiki Küstenmacher, Niko Paech, Karlheinz Ruckriedel, Friedrich Wilhelm Schwartz, Sylvia Kéré Wellensiek uvm.

Akademie Heiligenfeld GmbH • Altenbergweg 6 • 97688 Bad Kissingen  
Tel.: 0971 84-4600 • Fax: 0971 84-4220 • [info@akademie-heiligenfeld.de](mailto:info@akademie-heiligenfeld.de) • [www.kongress-heiligenfeld.de](http://www.kongress-heiligenfeld.de)



# forum in Ihrem Briefkasten

Dieser Beitrag erschien in forum Nachhaltig Wirtschaften 01/2014.  
Bestellen Sie [hier](#) Ihr Exemplar.

Lesen Sie alle drei Monate die spannendsten und informativsten Beiträge über Corporate Social Responsibility & Nachhaltigkeit.

## Einfach Abo bestellen:

telefonisch unter +49 (0)89 / 74 66 11 - 16

im Web auf [www.forum-csr.net/abo](http://www.forum-csr.net/abo)

oder per Mail an [abo@forum-csr.net](mailto:abo@forum-csr.net)



# forum für Ihre Kommunikation

Kommunizieren Sie Ihr Nachhaltigkeitsengagement im Magazin

## Informationen und Beratung

Dagmar Hermann

[d.hermann@oekototal.de](mailto:d.hermann@oekototal.de) | +49 (0)4532 / 2 14 02

Unser Angebot finden Sie auch in den [Mediadaten](#).



Sie haben Post: Registrieren Sie sich für unseren [Newsletter](#) und wir informieren Sie wöchentlich über die neuesten Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit.