

Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt

Startschuss `Unternehmen Biologische Vielfalt 2020` Fünftes Nationales Forum zur biologischen Vielfalt

Berlin, 5. März 2013

Dokumentation



Inhaltsverzeichnis

Hintergrund und Ziele	2
Begrüßung und Einführung	3
Startschuss „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“	5
„Biologische Vielfalt: Was macht es Unternehmen schwer zu handeln, was macht es leicht?“	8
Naturkapital Deutschland – TEEB.DE – Der Wert biologischer Vielfalt für Gesellschaft und Unternehmen	12
Vernetzung von Unternehmen – Koordination von Aktion und Dialog	14
„Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ – neue Ideen und zusätzliche Ansätze	15
Resümee und politische Einordnung	18
Impressionen von der Veranstaltung	19

Ansprechpartner

Dr. Kilian Delbrück
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und
Reaktorsicherheit
Referat N I 1
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
E-Mail: Kilian.Delbrueck@bmu.bund.de

Text und Gestaltung

nova-Institut für Ökologie und Innovation
Arno Todt
Chemiepark Knapsack
Industriestraße 300
50354 Hürth
E-Mail: Arno.Todt@nova-Institut.de

Startschuss 'Unternehmen Biologischen Vielfalt 2020'

Fünftes Nationales Forum zur biologischen Vielfalt

Berlin, 5. März 2013

Hintergrund und Ziele

Das Nationale Forum zur biologischen Vielfalt hat sich im Umsetzungsprozess der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt zu einem unverzichtbaren Element entwickelt. Das Forum bildet das zentrale Treffen für die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen in Deutschland, die sich für die biologische Vielfalt engagieren. Gleichzeitig setzt die Veranstaltung jedes mal einen wichtigen Impuls für zentrale Themen und Entwicklungen.

Das Bundesumweltministerium hat 2012 unter dem Titel „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ eine neue Initiative entwickelt, um die Aktivitäten im Bereich von Unternehmen und biologischer Vielfalt zu bündeln und die Wirtschaft für ihre vielschichtigen Möglichkeiten zum Erhalt der biologischen Vielfalt zu sensibilisieren und zu aktivieren. Unterstützt wurde das Ministerium dabei vom Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Bundeswirtschaftsministerium (BMWi), der Initiative 'Biodiversity in Good Company' (BiGC), econsense, dem Global Nature Fund (GNF) sowie dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) und dem Umweltbundesamt (UBA). Weitere Wirtschafts- und Naturschutzverbände beteiligen sich an dem Vorhaben. Dazu gehören der Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW), der Handelsverband Deutschland (HDE), der Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten (VFU), der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), der Naturschutzbund Deutschland (NABU) und der WWF Deutschland.

Das fünfte Nationale Forum zur biologischen Vielfalt bildete den Auftakt zu „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“, der dynamischen Dialog- und Aktionsplattform, bei der die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Naturschutz und die Eigeninitiative von Unternehmen im Vordergrund stehen. Die Initiative erlaubt den kontinuierlichen Austausch zu zentralen Themen an der Schnittstelle von Unternehmen und biologischer Vielfalt und regt unternehmensübergreifende Aktivitäten an.

Zusammen mit dem Bundesprogramm Biologische Vielfalt und der UN-Dekade für biologische Vielfalt wird diese Maßnahme einen weiteren Ansatz zur Umsetzung der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt bieten.

Begrüßung und Einführung

Begrüßung

*Dr. Martin Wansleben,
Hauptgeschäftsführer DIHK*

Dr. Martin Wansleben, begrüßte die Teilnehmenden des fünften Nationalen Forums zur biologischen Vielfalt und verdeutlichte die große Relevanz von Vielfalt für die Wirtschaft im Hinblick auf Wettbewerb, offene Grenzen, Globalität und Wissen. Er hob auf die

Verantwortung Europas ab, relevante Beiträge zur Orientierung in der Welt zu leisten, um ein gutes Miteinander der Menschen und zwischen Mensch und Natur zu ermöglichen.

Er erklärte, dass der DIHK den Dialog-Ansatz von „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ unterstützt. Es sei zu überlegen, was gemeinsam getan werden kann, denn neue Gesetze helfen, aus seiner Sicht, nicht weiter. Nur im Dialog können ökonomische und ökologische Interessen miteinander verbunden und ausgeglichen werden. Dabei solle aber nicht aus dem Auge verloren werden, dass sich Unternehmen zum Teil schwer damit tun, externe Kosten in ihre Bilanzen einzubeziehen, da es bei ihnen insbesondere um ihre betrieblichen Ergebnisse gehe.

Dr. Wansleben erläuterte, dass sich der DIHK und die Kammern vor Ort intensiv mit Fragen beschäftigen, die die biologische Vielfalt betreffen. So stelle beispielsweise die Ausweisung von Gewerbeflächen ein brennendes Thema mit großen Schnittstellen zur Biodiversität dar.

Abschließend erklärte der Hauptgeschäftsführer, dass der DIHK konstruktive Beiträge dazu leisten will, den wichtigen wechselseitigen Dialog in einer guten Form voran zu bringen. Denn die Kraft der Regionen liege in ihrer Vielfalt und die Stärke der IHK-Organisation in den Regionen.



Herausforderung für die Politik: Green Economy und biologische Vielfalt

*Peter Altmaier,
Bundesumweltminister*

Bundesumweltminister Altmaier eröffnete das 5. Nationale Forum zur biologischen Vielfalt und begrüßte, dass sich mit dem BDI und dem DIHK zwei starke Partner der Wirtschaft für das Thema „Green

Economy“ und auch für die biologische Vielfalt stark machen. Ebenso dankte er den Partnern im



Naturschutz, die in der biologischen Vielfalt Pionierarbeit geleistet hätten, die heute neue Ansätze ermöglichen.

Er meinte, dass bei den drei großen Herausforderungen des Umweltschutzes - Klimaschutz, Ressourceneffizienz und Erhaltung der biologischen Vielfalt - das letzte Thema leider recht schwierig zu kommunizieren sei. Und das, obwohl das Thema „Biologische Vielfalt“ mittel- und langfristig für unsere Zukunft, unsere Lebensqualität und die Entwicklung des weltweiten Wohlstandes und Wachstums von entscheidender Bedeutung sei. Denn in dem Maße, indem die biologische Vielfalt abnimmt und der Genpool der Erde verarmt, werde man an Wachstumsgrenzen stoßen. Mit einer reduzierten Vielfalt an Pflanzen und Tieren, die zur Entwicklung neuer Produkte und Erfindungen zur Verfügung stehen, würden sich die Möglichkeiten verringern, wirtschaftliche Aktivitäten zu diversifizieren. Allerdings stünde man heute immer wieder vor der Problematik, dass kurzfristige betriebswirtschaftliche Interessen dem Schutz der Natur entgegenstehen. Vielfach sei der direkte Nutzen biologischer Vielfalt noch nicht offensichtlich genug erkennbar oder eher langfristig angelegt.

Der Bundesminister betonte, dass sich bei vielen unternehmerisch Tätigen ein Bewusstseinswandel vollzogen hat. Die Menschen, die heute mit Mitte 30 in Verantwortungspositionen hineinwachsen, verfügten oftmals über ein hohes Umweltbewusstsein. Diese Leute wüssten, dass es wichtig sei, Beiträge zum Schutz von Umwelt und Natur zu leisten. Aber auch breitere Teile der Bevölkerung verfügten über dieses Bewusstsein. Wenn Unternehmen sich in diesem Bereich vorbildlich verhalten, habe das positive Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit und das Kaufverhalten, so dass sich mit dem Thema „Biologische Vielfalt“ auch Wachstumschancen am Markt realisieren lassen. Auf dieses Bewusstsein der Menschen solle gesetzt werden und weniger auf neue gesetzliche Regelungen.

Qualität „Made in Germany“ sei in der ganzen Welt begehrt, weil die Produkte über ein solides, modernes Design verfügen und weniger Energie verbrauchen. Bundesminister Altmaier regte an, einen besonders positiven Bezug von Produkten zur biologischen Vielfalt in Zukunft zu einem weiteren Alleinstellungsmerkmal werden zu lassen, so dass deutsche Unternehmen weltweit einen zusätzlichen Imagegewinn erreichen.

Herr Altmaier erwartet, dass die beim 5. Nationalen Forum offiziell gestartete Dialog- und Aktionsplattform „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ mit ihren jährlichen Dialogforen dazu beitragen wird, Wirtschaft, Politik und Umwelt enger miteinander zu verzahnen. Bestandteil der Aktionsplattform sind sieben Aktionsfelder und eine Reihe bereits vereinbarter Aktivitäten. Dazu gehört die Erweiterung des bestehenden Innovationspreises für Klima und Umwelt um den Themenschwerpunkt „Biologische Vielfalt“. Am Ende forderte Bundesumweltminister Peter Altmaier alle Teilnehmenden am Nationalen Forum dazu auf, sich mit guten Ideen daran zu beteiligen und andere zum Engagement in diesem Themenfeld zu motivieren. Altmaier zeigte sich überzeugt, dass das Thema „Biologische Vielfalt“ sich zum zentralen Thema für Wirtschaft, Politik und Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen entwickeln wird.

Der Startschuss für die neue Dialog- und Aktionsplattform „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“

*Holger Lösch, Mitglied der
Hauptgeschäftsführung des BDI*

Holger Lösch wies zu Beginn seines Vortrags auf die vielfältige Zusammenarbeit von BDI und BMU hin, insbesondere auch zum Leitbild der Green Economy. In Deutschland sei der Prozess des „Greenings“ in der Wirtschaft bereits weit vorangekommen. Darüber hinaus habe sich der BDI auch im



Rahmen von „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ intensiv eingebracht. Der Austausch zwischen den sehr unterschiedlichen Akteuren des Strategiekreises habe Vertrauen und gegenseitiges Verständnis geschaffen.

Er machte deutlich, dass die deutsche Industrie das Ziel unterstützt, die biologische Vielfalt zu schützen und zu fördern sowie ihre Bestandteile nachhaltig zu nutzen. Stabile Ökosysteme und ihre Güter und Leistungen seien nicht nur für die ökologische, sondern auch für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung bedeutsam. Der BDI trete gleichermaßen dafür ein, den Kurs der Wirtschaftspolitik auf die Wertschöpfung am Standort Deutschland auszurichten. Das Industrieland Deutschland müsse durch nachhaltiges Wirtschaftswachstum gestärkt werden. Es gelte, die Balance zwischen Wirtschaftswachstum und biologischer Vielfalt in einem gemeinsamen Prozess zu finden. Hierfür biete „Unternehmen biologische Vielfalt“ eine gute Plattform.

Die Unternehmen haben viel für den Umweltschutz und Naturschutz geleistet, so Lösch. Dies sollte von allen Seiten akzeptiert und anerkannt werden. Hierbei müssten Vollzug und Legislative mit den Unternehmen über das geltende Naturschutzrecht diskutieren. Die zunehmend steigenden Anforderungen seien immer schwerer zu erfüllen.

Die Unternehmen hätten darüber hinaus Sorge, dass es in der Diskussion um die biologische Vielfalt zu neuen rechtlichen Vorgaben kommt. Neue rechtlich verbindliche Gesetze zur Umsetzung der Biodiversitätsstrategie sind aus Sicht des BDI nicht notwendig. Ein verstärkter Schutz der biologischen Vielfalt sollte ausschließlich im Rahmen des bestehenden Naturschutz- und Umweltrechts erfolgen.

Aus Sicht von Holger Lösch besitzt Deutschland mit der Eingriffsregelung ein wirksames Instrument zur Kompensation von Eingriffen in den Naturhaushalt. Einzig deutsche Unternehmen sind verpflichtet, flächendeckend Eingriffe in die Natur (z. B. Bau von Rohrleitungen, Abbau von Rohstoffen, Windparks) durch Maßnahmen des Naturschutzes auszugleichen. Dies stelle im europäischen Vergleich einen Wettbewerbsnachteil dar.

Der BDI ist die Spitzenorganisation der deutschen Industrie und der industrienahen Dienstleister. Er spricht für 38 Branchenverbände und mehr als 100 000 Unternehmen mit rund 8 Millionen Beschäftigten. Der Themenkomplex biologische Vielfalt zeige deutlich, wie breit gefächert das Meinungsbild innerhalb der Industrie sein kann. Auf der einen Seite gebe es Unternehmen, die der Thematik zurückhaltend gegenüberstehen. Sie sind der Überzeugung, dass der Grundsatz des nachhaltigen Wirtschaftens seit Jahrzehnten gelebte Praxis ist. Andere Unternehmen hingegen sehen in der Biodiversität ein Zukunftsthema, in welches sie verstärkt investieren möchten, und arbeiten an ersten Ideen für ein freiwilliges Engagement über die bestehende Umweltgesetzgebung hinaus. Das Spektrum reicht bis hin zu Unternehmen, die bereits in diversen Plattformen aktiv sind und das Thema „Biologische Vielfalt“ in den Managementprozess ihrer Unternehmen hineingetragen haben.

Für den BDI gelte es nun, diese sehr unterschiedlichen Bewertungen zu einer gemeinsamen Strategie zusammenzubringen mit dem Ziel, die biologische Vielfalt weiter zu schützen und deren Potenziale nachhaltig zu nutzen. Herr Lösch machte deutlich, dass die Mitarbeit im Initiativkreis dem BDI dabei helfen kann. Die Dialog- und Aktionsplattform erlaube einen fortlaufenden Austausch und bringe konkrete Aktivitäten hervor, welche den Unternehmen als gute Praxisbeispiele dienen können. Der BDI erhofft sich insbesondere, zielgruppengerechte Informationen zur biologischen Vielfalt für Unternehmen zu generieren, die bisher noch keinen Zugang zu diesem Thema gefunden haben. Der Verband bietet der Initiative seine Unterstützung an und will das Know-how seiner Mitglieder nutzen, um den politischen Prozess zu fördern und Informationen in seine Gremien hineinzutragen. Der BDI ist bereit, einzelne Initiativen zu unterstützen und auch federführend zu übernehmen.

*Eberhard Brandes, Vorstand
WWF Deutschland*

Eberhard Brandes machte eingangs die unterschiedlichen Herausforderungen deutlich, die sich mit dem Thema „Biologische Vielfalt“ verbinden. Eine Herausforderung sei die Kommunikation des Themas in der Gesellschaft und es bestehe die Notwendigkeit zur Kooperation, um Ziele in diesem Bereich erreichen zu können. Die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen sollten individuell auf das Thema „Biologische Vielfalt“ angesprochen werden. Ziel müsse es sein, dass weite Teile der Gesellschaft und die internationale Gemeinschaft anerkennen, was für ein wichtiges Gut die biologische Vielfalt darstellt, da diese unsere Existenz überhaupt erst ermöglicht.

Für die Initiative „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ wünschte Herr Brandes sich, dass nicht nur die Umweltauswirkungen von Unternehmen in Deutschland in den Blick genommen werden, sondern dass aufgrund der globalen Vernetzung auch die Auswirkungen, die deutsche



Unternehmen und Konsumenten international hinterlassen, also den gesamten ökologischen Fußabdruck, mit einbezogen werden. Als Resultat der Initiative reiche es nicht aus, Betriebsgelände ökologisch umzugestalten, dies sei sehr ehrenwert, aber nur die Basis des Handelns. Ziel müsse es sein, dass Unternehmen es als selbstverständlich betrachten, bei ihren Produkten die gesamte Wertschöpfungskette bezüglich der Einflüsse auf die biologische Vielfalt zu analysieren und zu optimieren, von dem ersten Rohstoff für Zulieferer bis hin zur Wiederverwertung und Entsorgung.

Eberhard Brandes erklärte, dass die Menschen lernen müssten, dass die Nutzung der Biodiversität auch etwas koste. Diese Einpreisung erfolge bislang nicht. Ein klares Bewertungssystem und die entsprechende Implementierung dieses Systems sei hierzu erforderlich. Man könne den Wert der Biodiversität an vielen Beispielen ablesen, wie etwa der Tatsache, dass 1,6 Mrd. Menschen direkt von oder in Wäldern leben. Deswegen sei es wichtig zu klären, welchen Einfluss viele unserer Produkte auf die Wälder weltweit haben. Ein zweites Beispiel liegt im Wert aller bestäubenden Insekten für die Landwirtschaft, deren Wert weltweit gesehen rund 150 Mrd. Euro beträgt - ein Beispiel dafür, dass Ökologie und Ökonomie immer wieder eng miteinander verbunden sind. Dieser Ansatz solle in die Unternehmensbilanzen und -strategie einfließen, so dass konkrete Produkt- und Marktentscheidungen auch darauf beruhen.

Ein gutes Beispiel für die Integration von Ökologie und Ökonomie komme aus Südafrika - in Form der Einführung des Nachhaltigkeitssiegels für Wildfisch, dem Marine Stewardship Council, kurz „MSC“. Dort war man zu der Erkenntnis gelangt, dass die gängige Fischerei für die Zukunft kein Auskommen mehr bietet. Zudem wurden auch andere Tierarten massiv beeinträchtigt, so wurden zwischen 10.000 und 100.000 Wasservögel mit den herkömmlichen Fischereimethoden durch die Netze mitgefangen. Aufgrund der Einführung des Nachhaltigkeitssiegels MSC, das mit den Unternehmen vor Ort entwickelt wurde, konnten sich die Fischbestände erholen und auch die Zahl der Wasservögel stieg wieder an. Ein zweites Beispiel stellen einige mittelständische Unternehmen in Deutschland dar, die unabhängig von den Geschäftsmodellen ihre Verantwortung für Klimaschutz und Waldschutz ernst nehmen und beträchtliche Summen in die Aufforstung von Wäldern investieren. Die Aktivitäten werden Teil der Unternehmenswirklichkeit und fließen in das Marketing mit ein.

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt bilden, nach Ansicht von Brandes, die Finanzströme. Grundsätzlich dürfen Kredite nicht ohne strenge Nachhaltigkeitsstandards vergeben werden. So müsse etwa geprüft werden, ob bei Krediten für große Firmenansiedlung weltweit Nachhaltigkeitsstandards gelten, in die Biodiversitätskriterien einfließen.

Der WWF sieht sich in der Rolle des kritischen Herausforderers und Begleiters, der versucht zu motivieren, zu begeistern und Lösungen zu entwickeln. Im Hinblick auf „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ begrüßt Eberhard Brandes, dass die klassischen ideologischen, gesellschaftlichen Fronten aufbrechen. Es gebe viele Unternehmer, die klar nach Bilanz, Gewinn und persönlichem Gehalt gehen und gleichzeitig begeisterte Naturschützer sind. Es wäre sehr wertvoll, wenn es dieser Initiative gelänge, ein Gemeinschaftsgefühl mit der nötigen Klarheit der Argumentation und einem anspruchsvollen Zielniveau zu etablieren.

Schließlich machte Brandes deutlich, dass der WWF die Unternehmen dazu auffordert, vorausschauend die Chancen zu ergreifen und aktiv zu werden. Verschiedene Firmen haben

gezeigt, dass das Freiwilligkeitsprinzip, zusammen mit der Begeisterung für Nachhaltigkeit und biologische Vielfalt, Positives bewirken und einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Natur leisten kann.

Biologische Vielfalt: Was macht es Unternehmen schwer zu handeln, was macht es leicht?

*Günter Damme,
Umweltmanagement-Beauftragter
der Volkswagen AG*

Günter Damme machte vier Punkte deutlich, warum biologische Vielfalt bei Volkswagen ein Thema ist:

- von global agierenden Unternehmen erwarten Politik und Öffentlichkeit die Beteiligung an der Lösung globaler Herausforderungen – das Prinzip Verantwortung;
- die Dienstleistungen der Natur wie sauberes Wasser und saubere Luft sind die Basis der Geschäftstätigkeit – das Vernunft-Prinzip;
- das Unternehmen will mehr (Güter) mit weniger (Ressourcenverbrauch) produzieren – das Effizienz-Prinzip;
- 500.000 Konzern Mitarbeiter und ihre Familien finden in der Natur Lebensfreude, Gesundheit und Erholung – das Prinzip Fürsorge.



Volkswagen engagiert sich in Natur- und Artenschutzprojekten weltweit. Beispiele sind:

- Mexiko: Projekt Izta Popo (Wiederaufforstung von 400.000 Bäumen und 21.000 Gruben);
- Brasilien: Aufforstungsprogramm im Cerrado (Aufforstung einer Fläche von 180.000 Quadratmetern und Anpflanzung von 28.000 Bäumen, die traditionell im Cerrado heimisch sind) sowie Förderung des Zoos Sao Paulo „Parque Ecologico“ (Nachzucht von vom Aussterben bedrohter Arten);
- China: Panda Forschungszentrum Zoo Peking;
- Deutschland: Renaturierung der Aller in Wolfsburg, Aller-Naturschutzprojekt, Willkommen-Wolf-Projekt und Moorschutzprogramm des NABU, Aufforstungsprojekt Schulwälder und Wildkatzenprojekt BUND.

Volkswagen ist auf dem Weg zur Nummer eins im Moorschutz in Deutschland mit den folgenden Maßnahmen:

- Seit 2009: sukzessive Unterstützung von Projekten des NABU über das Umweltprogramm für Flottenkunden (Theikenmeer, Großes Moor, Lichtenmoor);

- 2011: NABU und VW Leasing gründen den Deutschen Moorschutzfonds (als Hebel für die Mobilisierung weiterer Finanzmittel);
- 2013: Spende für das Lichtenmoor (aus den Nutzergebühren der E-Golf-Testflotte);
- bis 2016: VW Leasing unterstützt den Deutschen Moorschutzfonds (mit 1,6 Mio. €);
- seit 2012: Moorschutz durch CO₂-Neutralisierung der Volkswagen Druckerflotte.

Schließlich hat sich Volkswagen das Ziel gesetzt, bis 2018 die Umweltbelastung der Fahrzeuge um 25 Prozent zu senken und damit das Unternehmen mit der umweltfreundlichsten Produktion zu schaffen.

Dr. Daniela Büchel, Leiterin Corporate Sustainability/Corporate Marketing/ Public Affairs REWE Group



Frau Dr. Büchel präsentierte die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group, die auf vier Säulen baut:

- Grüne Produkte (aktive nachhaltige Sortimentsgestaltung und Förderung des Konsums nachhaltiger Produkte);
- Energie, Klima und Umwelt (aktiver Beitrag zum Ressourcen- und Klimaschutz);
- Mitarbeiter (zufriedene, engagierte und produktive Mitarbeiter für begeisterte Kunden);
- gesellschaftliches Engagement (Positionierung der REWE Group als Unternehmen, das gesellschaftliche Verantwortung übernimmt).

Zur Untersuchung und Stärkung der Nachhaltigkeit von Warengruppen im Hinblick auf soziale und ökologische Aspekte werden so genannte Hot Spot Analysen durchgeführt, an denen wichtige gesellschaftliche Stakeholder beteiligt werden. Frau Dr. Büchel erklärte die Vorgehensweise anhand von drei Beispielen.

Bei Äpfeln aus Deutschland hat die Analyse gezeigt, dass wichtige blütenbesuchende Insekten ein immer geringeres Nahrungsangebot vorfinden und zum Teil stark gefährdet sind. Deshalb wurden gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung e.V. und dem NABU e.V. folgende Maßnahmen bei mittlerweile knapp 250 Obstbauern umgesetzt:

- Anlage von ein- und mehrjährigen artenreichen Blühflächen,
- Artenreiche Ansaaten und Bienenweiden auf Rodungsflächen,
- Heckenpflanzungen mit gebietsheimischen Gehölzen (Förderung struktureller Vielfalt),
- Nistkästen und Nistareale für Wildbienen und Vögel,
- Durchführung eines Wildbienen-Monitorings.

Bei Erzeugern von Bananen in Panama werden aufgrund der Hot Spot-Analyse, die sowohl ökologische als auch soziale Aspekte aufwies, die folgenden Aktivitäten umgesetzt:

- Einführung der Sozial- und Ethik-Zertifizierung SA 8000,
- Nachhaltigkeitszertifizierung nach Rainforest Alliance,
- Sensibilisierung der Bevölkerung für den Schutz der Artenvielfalt,
- Verbesserung der Infrastruktur für die Menschen vor Ort, z.B. durch die Förderung traditionellen Handwerks,
- Renaturierung einer 130 ha große Naturschutzgebietsfläche San Pond Sak, u.a. durch Aufforstung von 6.000 Bäumen,
- Unterstützung eines Projektes zum Schutz der bedrohten Lederschildkröte.

Bei Rosen aus Kenia hat die Hot Spot-Analyse ebenfalls ökologische und soziale Herausforderungen, insbesondere im Anbau aufgezeigt. Folgende konkrete Maßnahmen vor Ort wurden bereits umgesetzt:

- Einführung des Fairtrade-Standards in die Produktion;
- Zertifizierung nach dem Umweltprogramm Zierpflanzen „Milieu Programma Sierteelt“ (MPS),
- Renaturierung des Naturgebietes am Lake Naivasha,
- Unterstützung eines Krankenhausbaus.

*Michael Schulz, Geschäftsführer
Hülskens Holding GmbH & Co.KG*

Michael Schulz präsentierte die Hülskens GmbH & Co.KG, ein mittelständisches Unternehmen, das seit rund 100 Jahren in der Flussbaggerei im Vorland von Fließgewässern tätig ist. Dort befinden sich häufig Schutzgebiete (Vogelschutzgebiete, Natura 2000 Gebiete), die häufig zu Tabuzonen des Wirtschaftens erklärt werden.



Die Rohstoffgewinnung stelle nun zwar einen Eingriff in die Landschaft dar, selbst in Schutzgebieten könne die Gewinnung jedoch möglich und nachhaltig sein. Natürlich müsse die Umwelt in diesem Falle besonders behutsam behandelt werden, der Natur müsse mehr zurückgegeben werden, als ihr zuvor entnommen wurde. Möglich sei dies jedoch, es setze nur voraus, dass sich das Verständnis von Naturschutz nicht nur auf den Erhalt des aktuellen Zustands bezieht, sondern akzeptiert, dass Ökosysteme sich ständig wandeln, mit oder ohne menschliche Eingriffe. Die Biodiversität sei dabei ein gutes Beispiel dafür, dass wirtschaftlich veranlasste Eingriffe Naturzustände nicht nur verschlechtern, sondern auch verbessern können.

Das Hülskens-Beispiel betrifft eine ehemalige Nassabgrabung am Niederrhein, in der Rheinaue gelegen, die ursprünglich als Bodendeponie wiederverfüllt werden sollte. Stattdessen wurde gemeinsam mit dem örtlichen Naturschutzzentrum eine Rekultivierung unter auenökologischen Gesichtspunkten erarbeitet und umgesetzt. Die Rekultivierung und deren Monitoring wurden zum Bestandteil der von der IUCN geführten internationalen Kampagne „Countdown 2010“ und zudem mehrfach ausgezeichnet. Die Ergebnisse des Monitorings zeigten dabei, dass durch die Rekultivierung abgebauter Lagerstätten auch in Rheinauen ein Mehr an biologischer Vielfalt erzielbar ist.

*Matthias Langenohl,
Geschäftsführer Evers-Druck GmbH*



Matthias Langenohl präsentierte Evers-Druck als mittelständisches Druck-Unternehmen mit Stammsitz in Mehdorf an der Schleswig-Holsteinischen Nordseeküste. Das Unternehmen macht sich seit 25 Jahren stark für den sparsamen Umgang mit Ressourcen durch Maßnahmen wie Wiederverwendung, Nutzung von Anlagenabwärme, Fernwärmenetz sowie den Einsatz innovativer Technologien. Seit 1998 werden die Umweltaktivitäten durch freiwillige Zertifizierungen unterstützt. Dazu gehören:

- seit 1998 EU-Ökoaudit-Zertifizierung und seit 2004 EMAS-Zertifizierung,
- seit 2012 Energiemanagement nach DIN EN ISO 50001,
- Schaffung der notwendigen Grundlagen zur Kennzeichnungen von Produkten mit Umweltkennzeichen oder für den Einsatz von zertifizierten Materialien (Blauer Engel, Nordic Swan, EU-Ecolabel, FSC, PEFC).

Die Umweltaktivitäten des Unternehmens wurden ausgezeichnet mit

- dem Druck- und Medien-Award 2009 „Umweltorientiertes Unternehmen des Jahres“,
- dem „Umweltpreis der Norddeutschen Wirtschaft 2010“,
- dem Deutschland-Sieger European-EMAS-Award 2011 in der Kategorie für große Organisationen,
- der Aufnahme in den Kreis der Klimaschutzunternehmen 2012, Excelenz-Initiative der Bundesregierung.

Durch regionale Aufforstungsaktivitäten bietet das Unternehmen die Möglichkeit, bisher nicht zu vermeidende CO₂-Emissionen zu kompensieren. Dies erfolgt in Schleswig-Holstein durch Pflanzung von Laubmischwäldern aus heimischen Gehölzen. Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen über die Evers-ReForest an Projekten zur Förderung der Biodiversität. Dabei geht es insbesondere um die Wiederherstellung ursprünglicher Heide- und Moorflächen unter aktivem

Einsatz der Beschäftigten der Evers-Frank-Gruppe. Unterstützt wird ein besonders schützenswerter Lebensraum, der als Natura 2000 Gebiet ausgewiesen ist.

Naturkapital Deutschland – TEEB.DE – Der Wert biologischer Vielfalt für Gesellschaft und Unternehmen

*Prof. Dr. Bernd Hansjürgens,
Studienleiter und Abteilungsleiter
Ökonomie UFZ Leipzig*



Prof Hansjürgens machte deutlich, dass die biologische Vielfalt für das Greening der Wirtschaft eine besondere Herausforderung darstellt. Im Unterschied zur Steigerung der Energieeffizienz und der Reduzierung der Schadstoffemissionen ist der Erhalt der

biologischen Vielfalt bei vielen Unternehmen noch ein wenig bekanntes Thema. Eine tiefere Ursache dafür sieht er darin, dass die Gesellschaft sich in der Regel den Aspekten zuwendet, die für sie einen konkreten Wert haben. Diese Zuordnung sei bislang bei der Natur zu wenig geschehen. Daher sollte der Zusammenhang zwischen den vielfältigen Leistungen der Natur, der Wertschöpfung der Wirtschaft und dem menschlichen Wohlergehen sichtbar gemacht werden. Es sollten mehr Anstöße geliefert werden, um die Leistungen und Werte der Natur genauer zu erfassen. Und schließlich erfordere es weitere Ansätze, um Naturkapital besser in private und öffentliche Entscheidungsprozesse einzubeziehen.

Die Studie „Naturkapital Deutschland – TEEB.DE“ folgt den internationalen TEEB Studien, die im Zeitraum 2007 bis 2010 unter dem Dach der UNEP erstellt und vom UFZ Leipzig koordiniert wurden. Die laufenden Arbeiten des UFZ sollen wichtige Beiträge zu den genannten Herausforderungen leisten. Mit den „Naturkapital Deutschland“ - Aktivitäten ist ein offener Prozess unter Einbeziehung zahlreicher Akteure aus Wissenschaft und Praxis begonnen worden, der sich auch an die Zielgruppe Unternehmen richtet. So werden in einer Unternehmensbroschüre Kernfragen von Unternehmen zur biologischen Vielfalt behandelt. Im Fokus steht die Frage nach der Bedeutung biologische Vielfalt für Unternehmen und ihrer Motivation zu handeln. Die Zusammenhänge werden immer dann offensichtlich,

- wenn Unternehmen einen großen Einfluss auf Ökosysteme und Biodiversität haben (staatliche Regulierung);
- wenn Produktion von intakten Ökosystemleistungen abhängt (Zugang zu natürlichen Ressourcen);
- wenn Unternehmen Ökosystemleistungen oder biodiversitätsrelevante Produkte verkaufen (Nachfrageverhalten und Markt);
- wenn Unternehmen Entscheidungen bezüglich Investitionen, Standorte und Lieferketten überprüfen (Verantwortung).

*Dr. Antje von Dewitz,
Geschäftsführerin VAUDE
GmbH & Co KG*

Antje von Dewitz präsentierte den Anspruch von VAUDE bis 2015 Europas ökologischster Outdoor-Ausrüster mit den besten verfügbaren Verfahren für die Produkte und für grüne Energie zu sein. Es gehe dem Unternehmen darum, sich bereichsübergreifend an klar definierten Werten orientieren und nicht an kurzfristigen Gewinnmaximierungen.



Das VAUDE Nachhaltigkeits-Konzept umfasst den gesamten Lebenszyklus der Produkte und die Unternehmensentscheidungen im Hinblick auf grüne Materialien und Technologien, saubere Produktion, umweltfreundlichen Gebrauch und Pflege, Verantwortung für das Produkt-Lebens-Ende und erneuerbare Energien. Das Nachhaltigkeitskonzept ist in das Umweltmanagement mit seiner EMAS und ISO14001 Zertifizierung integriert.

Im Weiteren stellte Frau von Dewitz Beispiele für das ökologische Engagement am Unternehmensstandort vor sowie das VAUDE Gütesiegel „Green Shape“, das für besonders umweltfreundliche Produkte mit hohen Standards steht. Bis 2015 will VAUDE zu 80 Prozent über Green Shape Produkte verfügen. Eine Herausforderung liegt dabei in rund 15 Prozent Mehrkosten und der noch geringen Zahlungsbereitschaft der Kunden für dieses Plus.

Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, setzt VAUDE auf Information und die Entwicklung der Kompetenz der in den Sport- und Bikeläden, den ökologischen Mehrwert zu thematisieren und zu erläutern. Das Unternehmen verpflichtet zudem immer mehr Zulieferer entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Stoffe, Accessoires, Farben etc.) umweltfreundliche Lösungen anzubieten, wobei immer noch beträchtliche Abhängigkeiten von konventionellen Lösungen bestehen. Wichtig sei es, Transparenz in der Supply-Chain zu schaffen, die Zahl der Gesamtzulieferer zu reduzieren und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Lieferanten herzustellen. VAUDE wirke hier als Innovationstreiber, habe als mittelgroße Marke aber nur begrenzten Einfluss. Wenn die großen Marken auch auf umweltfreundlichere Lösungen setzten, bewege sich insgesamt noch mehr.

Gesetzliche Regulierungen tragen, aus Sicht von Frau von Dewitz, in den Unternehmen zu Innovationen bei, da sie einen gemeinsamen Fokus in den Lieferketten setzen, dabei Entwicklungen und Budgets lenken, Entwicklungspartnerschaften vereinfachen und neue Lösungen fördern. Naturkapital Deutschland – TEEB.DE bildet einen hervorragenden Schritt, um auf vielen Ebenen Bewusstsein zu schaffen, damit Natur mehr Einfluss in wirtschaftlichen Überlegungen findet.

Vernetzung von Unternehmen – Koordination von Aktion und Dialog

*Carolin Boßmeyer, Geschäftsführerin
'Biodiversity in Good Company'*

Die Geschäftsführerin der 'Biodiversity in Good Company' Initiative präsentierte als Mitglied des Initiativkreises von „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ die Dialog- und Aktionsplattform in ihren Details. Frau Boßmeyer erläuterte die Zusammensetzung des Initiativkreises: Bundesumweltministerium, Bundes-



wirtschaftsministerium, Bundesamt für Naturschutz (BfN), Umweltbundesamt (UBA), Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW), Handelsverband Deutschland (HDE), Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten, BUND, Global Nature Fund (GNF), Naturschutzbund Deutschland (NABU), WWF Deutschland, 'Biodiversity in Good Company' Initiative und econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft. „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ bietet eine neue Schnittstelle für Austausch und Zusammenarbeit, zu denen die Unterstützerorganisationen mit ihrem je eigenen Profil und ihren Kompetenzen beitragen sollen. Die Dialog- und Aktionsplattform lebe von vielen Einzelinitiativen und der Bündelung von Kräften.

Im Weiteren erklärte Carolin Boßmeyer die Funktion der Dialog- und Aktionsplattform. Der Dialogansatz soll dem regelmäßigen Informationsaustausch und der Diskussion aktueller Themen dienen und Impulse für die konzeptionelle Weiterentwicklung des Prozesses geben. Folgende Aktivitäten sind vorgesehen:

- regelmäßiger Informationsaustausch und Diskussion aktueller Themen, Impulse für die konzeptionelle Weiterentwicklung;
- Initiativkreis als ständiges Gremium von Unterstützern;
- jährliche Dialogforen;
- Netzwerk aus Ansprechpersonen für das Thema „Biologische Vielfalt“ in Wirtschaftsverbänden und IHKs;
- Koordinierungsstelle als organisatorischer Anlaufpunkt.

Für den Aktionsansatz hat der Initiativkreis sieben thematische Felder identifiziert, in denen konkrete Aktivitäten umgesetzt werden sollen:

- zielgruppengerechte Informationen zur biologischen Vielfalt für Unternehmen,
- biologische Vielfalt im betrieblichen Umweltmanagement,
- biologische Vielfalt und Naturschutzrecht,
- Kommunikation von Unternehmen nach außen,

- Finanzierung von Naturschutzprojekten in Kooperation mit Unternehmen,
- Märkte / Chancen erkennen und entwickeln,
- Netzwerkbildung.

Schließlich präsentierte Carolin Boßmeyer Startaktivitäten, die im Rahmen von „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ kurzfristig umgesetzt werden sollen.

„Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“ – neue Ideen und zusätzliche Ansätze

Naturnahe Gestaltung von Campingplätzen

Marco Walter, ECOCAMPING e.V., Konstanz

ECOCAMPING e.V. ist ein Netzwerk aus 19 Mitgliedsorganisationen und 242 Campingplätzen. Campingplätze in Deutschland liegen meist in landschaftlichen Toplagen. Sie befinden sich in oder an sensiblen Naturräumen, so dass alle Schutzgebietskategorien vertreten sind: Nationalpark, Naturpark, Biosphärenreservat, Naturschutzgebiet.



Der Projektvorschlag zielt auf die Einbeziehung biologischer Vielfalt ins Umweltmanagement von Campingplätzen in Deutschland und soll die folgenden Aspekte umfassen:

- Entwicklung und Integration branchenspezifischer Leitlinien und Standards,
- Einbeziehung von Kennzahlen und Indikatoren zur biologischen Vielfalt in das bestehende Umweltmanagement von zertifizierten Campingunternehmen,
- individuelle Biodiversitäts-Checks bei 50 Campingunternehmen und Ausarbeitung von Maßnahmenplänen sowie deren Umsetzung,
- Workshops zur Wissensvermittlung und zum Erfahrungsaustausch,
- Sensibilisierung der gesamten Campingbranche durch gute Vernetzung von ECOCAMPING e.V.

Sponsoring biologischer Vielfalt auf öffentlichen Flächen in Unternehmensnähe

Viola Hügerich, Umwelt- und Naturschutzamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Berlin



Im verkehrsgünstigen Citybezirk Charlottenburg-Wilmersdorf gibt es zahlreiche Gewässer und Grünflächen, die den Bezirk für Bewohner und für Firmen attraktiv machen. Diese Grünanlagen leiden unter zunehmender Vermüllung, mutwilliger Zerstörung und Verarmung an Vielfalt und Attraktivität.

Mit Beiträgen wie z.B. Aktionstagen der Belegschaft in nahegelegenen Grünanlagen, der Finanzierung von Bepflanzungen oder der Anlage von Biotopbereichen könnten ortsansässige Unternehmen die biologische Vielfalt in ihrem öffentlichen Umfeld unterstützen. Unternehmen hätten den Vorteil der Werbung mit einem Standort in schöner Umgebung, von Ansätzen zur Verbesserung des Betriebsklimas sowie der Steigerung des gesellschaftlichen Ansehens durch ökologisches und soziales Engagement.

Es ist vorgesehen, eine Internetplattform zum Informationsaustausch sowie eine Karte mit den in Frage kommenden Flächen zu erstellen sowie ein Konzept zu entwickeln und erste Maßnahmen umzusetzen.

Biologische Vielfalt und die Nachhaltigkeitsinitiative Futouris

Kerstin Sobania, TUI AG, Hannover



Futouris ist die unternehmensübergreifende Nachhaltigkeitsinitiative der deutschsprachigen Tourismusbranche mit großen Unternehmen wie TUI, Neckermann, Lufthansa, AIDA und Hapag-Lloyd.

Die Aktivitäten zielen auf die Sensibilisierung der Tourismusbranche für die Schwerpunktthemen: Erhalt der biologischen Vielfalt, soziokulturelle Verantwortung sowie Umwelt- und Klimaschutz. Futouris ist an übergreifenden Partner-/Branchenprojekten beteiligt. Ein Patenprojekt ist der Schutz der Meeresschildkröten im touristischen Einflussbereich in der Türkei (Dalyan) durch die Entwicklung und Installation einer Schutzinfrastruktur und durch Gästesensibilisierung in Zusammenarbeit mit der Universität Pamukkale und lokalen NGOs.

MoorFutures

*Dr. Thorsten Permien,
Umweltministerium Mecklenburg-
Vorpommern, Schwerin*

Entwässerte Moore emittieren Treibhausgase u.a. durch Zersetzung des Torfes. Durch Wiedervernässung kann dieser Vorgang stark reduzieren und ggf. sogar gestoppt werden. Der Wasserstand ist somit für Emissionen entscheidend.



MoorFutures sind ein Instrument zur freiwilligen Kompensation von Treibhausgasemissionen, das gleichzeitig zum Schutz und zur Verbesserung der biologischen Vielfalt beiträgt. Ebenso sorgt die Wiedervernässung für eine Verbesserung des Wasserhaushalts und wird durch Maßnahmen zur Umweltbildung begleitet. MoorFutures basieren auf realistischen Emissionsschätzungen, sorgen für permanent Emissionsverminderungen und sind für Kunden und Partner konkret erlebbar.

Corporate Volunteering

*Anne Schierenberg, EUROPARC
Deutschland e.V., Berlin*

Im Rahmen des Corporate Volunteering Programms von EUROPARC Deutschland engagieren sich Unternehmens-Mitarbeiter/innen in Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservaten für den Naturschutz.



Das erfolgt im Rahmen von Team-Einsätzen, Patenschaften, Family Days oder Secondments (Abordnung). Die Mitarbeiter/innen engagieren sich z.B. beim Pflanzen von Bäumen und Hecken, der Renaturierung von Bächen oder dem Anlegen von Naturlehrpfaden.

EUROPARC Deutschland berät Unternehmen bei entsprechenden Initiativen und vermittelt Corporate Volunteering Projekte. Der Verein macht Detailplanungen des Einsatzes gemeinsam mit dem Unternehmen und stellt Infomaterial und Vorbereitungs-Checklisten bereit. Vor Ort werden die Corporate Volunteering-Einsätze angeleitet, begleitet und bekannt gemacht.

Der Nutzen von Corporate Volunteering in den Nationalen Naturlandschaften für Unternehmen ist der Imagegewinn, eine Motivation der Mitarbeiter/innen sowie die praktische Förderung der biologischen Vielfalt in Deutschland.

Resümee und politische Einordnung von „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“

*Gertrud Sahler, Abteilungsleiterin
Naturschutz und nachhaltige Nutzung
im Bundesumweltministerium*

In ihrem Abschlussstatement ging Frau Sahler auf die Komplexität des Themas „Biologische Vielfalt“ ein. Im Unterschied zum Klimaschutz mit seinem Zwei-Grad-Ziel gäbe es im Bereich der biologischen Vielfalt international mindestens 50 verschiedene Zielstellungen, und das mache die Kommunikation vergleichsweise schwieriger.



Sie stellte heraus, dass das Ordnungsrecht im Naturschutz zur Gleichheit der Bedingungen im Marktwettbewerb beiträgt und auch Innovation befördern kann. So spielte die Großfeuerungsanlagenverordnung, die in den 1980er Jahren als Reaktion auf das Waldsterben eingeführt wurde, eine wesentliche Rolle für die Entwicklung der Vorreiterrolle Deutschlands im gesamten Bereich der Umwelttechnologie. Trotz der langen Geschichte des Ordnungsrechts im Naturschutz sei immer noch ein fortschreitender Verlust an Arten und Lebensräumen zu verzeichnen. Um diese Entwicklung zu ändern, erfordere es den Schutz nicht nur in Schutzgebieten, sondern auf der gesamten Fläche, insbesondere im landwirtschaftlichen Bereich, denn die landwirtschaftlichen Aktivitäten hätten die größten Auswirkungen auf die Fläche.

Frau Sahler machte die wichtige Funktion der Nationalen Strategie für biologische Vielfalt deutlich, die darauf ausgerichtet ist, das Thema Naturschutz in alle Politikbereiche zu integrieren und alle gesellschaftlichen Gruppen einzubeziehen. Die Dialog- und Aktionsplattform ‚Unternehmen Biologische Vielfalt 2020‘ dient der Umsetzung der Strategie und setzt an dem Punkt an, dass 12 Prozent der unternehmerischen Entscheider das Thema Biodiversitätsverlust für die größte Herausforderung der kommenden Dekade halten.

Frau Sahler würdigte auch die beiden erfolgreichen deutschen Unternehmensinitiativen in diesem Bereich ‚Biodiversity in Good Company‘ und econsense, in denen sich auch Globalplayer der Wirtschaft für das Thema „Biologische Vielfalt“ engagieren. Im Projekt „Naturkapital Deutschland – TEEB DE“ liegt druckfrisch die Broschüre „Die Unternehmensperspektive – Auf neue Herausforderungen vorbereitet sein“ vor und rückt die ökonomische Bedeutung von Natur für die Wirtschaft ins Bewusstsein.

Der Rechenschaftsbericht zur Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt, den das Bundeskabinett in Kürze beschließen wird, wird deutlich machen, wie breit der Umsetzungsprozess inzwischen alle gesellschaftlichen Akteure – staatlich und nicht-staatlich – einbezieht und wie es um die Erreichung der Ziele der Strategie steht. Der Rechenschaftsbericht unterstreicht die gemeinsame Verantwortung und die Notwendigkeit gemeinsamer Anstrengungen von Politik, Verwaltung und Gesellschaft.

Impressionen von der Veranstaltung

