

Strom sparen, Wälder aufforsten oder Streuobstwiesen unterstützen – Firmen können viel für den **Umweltschutz tun. Und der Einsatz nützt nicht nur der Natur. Aus Sicht von Experten kann er die Mitarbeitermotivation stärken und sich auch positiv auf die Rekrutierung neuer Mitarbeiter auswirken.**

Umweltschutz? Ja, danke!

Die Mitarbeiter der **Rheinland Versicherungsgruppe** aus Neuss können in ihrer Kantine regelmäßig frischen Apfelsaft von Streuobstwiesen genießen. Umweltschützer pflegen die Wiesen in der Umgebung und keltern den Saft. Das Geld für die mobile Presse spendete die Versicherung. Darüber hinaus hat das Unternehmen in Neuss, Deutschland, Europa, aber auch in Malaysia und Argentinien schon fast **100 Hektar Wald aufforsten** lassen. Die Stieleichen, Rotbuchen und Winterlinden sollen den Ausstoß an Treibhausgasen des gesamten Geschäftsbetriebs 50 Jahre lang kompensieren. Dass in den Büros Strom gespart und nur Recycling-Papier verwendet wird, ist selbstverständlich.

Das Unternehmen engagiert sich seit Jahren im Umweltschutz, obwohl es kein Hersteller grüner Produkte ist. „Seit Mai 2011 sind wir CO₂-neutral“, sagt **David Hernandez Lopez, Ansprechpartner für Umweltthemen**. Jetzt sorgt das Unternehmen dafür, dass das so bleibt. Jedes Jahr werde eine Umweltbilanz erstellt. Schon 1997 habe der damalige Umweltbeauftragte ein Umweltmanagementsystem initiiert. „2007 haben wir dann unser zentrales Ziel der Klimaneutralität festgelegt, das in nur vier Jahren erreicht wurde“, sagt Hernandez Lopez.

Grüne Aktivitäten in Unternehmen liegen im Trend, und zwar branchenübergreifend. Der 1984 gegründete **Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management (BAUM)** zählt heute rund 600 Mitgliedsunternehmen. „Was früher als Ökospinnerei abgetan wurde, ist heute gesellschaftspolitischer Konsens“, sagt **Vorstandsmitglied Dieter Brübach**. Der Verein sensibilisiert Firmen für Umweltschutz und hilft mit seiner Expertise.

Die Einbindung der Mitarbeiter spielt eine zentrale Rolle, sagt Brübach. Das fördere nicht nur die Akzeptanz der Projekte, sondern auch die **Mitarbeitermotivation**. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Die Datenbank „Mitarbeitermotivation zu Nachhaltigkeit“ (MIMONA), ein Projekt des Vereins, beschreibt im Internet 500 Beispiele. Sie reichen vom Umweltquiz über Workshops und Papiersparmonate bis hin zu Ideenwettbewerben und Auszeichnungen.

Alle miteinbeziehen

„Ob ein Unternehmen die Initiative ergreift, hängt stark von einzelnen Personen ab“, sagt Brübach. „Manchmal kommen die Impulse von der Geschäftsführung und manchmal auch aus einer ganz anderen Ecke.“ Wer wirklich umweltgerecht arbeiten wolle, müsse alle



»Unsere Bewerber nehmen unsere Umweltaktivitäten positiv wahr.«

David Hernandez Lopez, Rheinland Versicherungsgruppe



»Es war schwierig, die Kollegen auf das neue Konzept einzustimmen.«

Susanne Horn, Neumarkter Lammsbräu

Abteilungen einbeziehen. Eine wichtige Rolle komme hier dem HR-Bereich als Bindeglied zum Personal zu.

„Green HR“ heißt das Zauberwort, das sich vor allem schon im angelsächsischen Raum durchgesetzt hat. Green HR sei als ein Teil von **nachhaltigem HR Management** zu verstehen. Es umfasse alle Umweltmaßnahmen, die helfen, so schonend mit den Ressourcen umzugehen, dass auch nachfolgende Generationen diese verfügbar haben, sagt der **Wirtschaftswissenschaftler Marcus Wagner**. Das fange schon bei den Dienstreisen an. Hier könnten Personaler zum Beispiel stärker darauf achten, dass sie umweltfreundlich organisiert oder durch Videokonferenzen überflüssig werden.

Der Professor an der **Universität Würzburg** beschäftigt sich seit Jahren mit umweltorientiertem Personalmanagement. „Für die Zunft der Personaler hatte das Thema lange keine große Bedeutung“, sagt er. Mitte der 1990er Jahre hätten viele Unternehmen zunächst auch aufgrund neuer Vorschriften nach Lösungen wie etwa emissionsärmeren Produktionstechnologien gesucht. „HR-Abteilungen hatten wenige Anreize, das Thema aufzugreifen. Damals sahen sie nicht, wie sie damit einen Wert fürs Unternehmen generieren können“, sagt Wagner. Das habe sich heute geändert.

Einen wichtigen Grund dafür sieht er im **globalen Wettbewerb um Talente**. „Da kann Nachhaltigkeit für manchen Bewerber das Zünglein an der Waage werden.“ Dass die Aktivitäten eine gute Außenwirkung haben, merken auch die Versicherer aus Neuss. „Viele unserer Bewerber nehmen unsere Umweltaktivitäten positiv wahr“, sagt Hernandez Lopez.

Wagner warnt jedoch davor, „nur stückchenweise Aktivitäten an das HR-Management anzubauen, um grün zu wirken“. Was zähle, sei eine langfristige

Strategie. „Ein grünes Kittelchen werden die Bewerber schnell durchschauen.“ Heute gäbe es schließlich viele Vergleichsmöglichkeiten.

Eine davon ist das jährliche Ranking von Nachhaltigkeitsberichten aus deutschen Unternehmen vom **Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)** in Berlin. Das Institut bewertete Kriterien wie ökologische Aspekte der Produktion, Verantwortung in der Lieferkette oder Mitarbeiterinteressen. In diesem Jahr gewannen der Autobauer **BMW** und die **Öko-Brauerei Neumarkter Lammsbräu**.

Langfristige Strategien

Die 1628 gegründete Brauerei hat bereits vor 30 Jahren auf Öko-Bier umgestellt. Sie gilt seit Jahren als beispielhaft in Sachen Nachhaltigkeit. Am Anfang sei es durchaus schwierig gewesen, die Kollegen auf das neue Konzept einzustimmen, sagt die **Generalbevollmächtigte Susanne Horn**. Heute würden Bewerber schon im Einstellungsgespräch gefragt, wie sie zu Werten wie Nachhaltigkeit stehen. Auszubildende werden dann zusätzlich in Sachen Bio geschult. Sie arbeiten auf Streuobstwiesen oder besuchen Seminare zur ökologischen Lebensmittelverarbeitung.

Neben diesen Leuchttürmen gibt es aber auch schwarze Schafe: Das IÖW hat auch untersucht, wer nur aus **PR-Gründen** Nachhaltigkeit propagiert, Informationen dazu aber nicht herausgibt oder schönfärbt. Die Forscher kritisierten, dass jedes vierte der 150 größten deutschen Unternehmen keine Informationen veröffentlicht. Besonders negativ seien der Handel, Logistik und Versicherungen aufgefallen.

Anja Sokolow



Fotos: Privat (2); Neumarkter Lammsbräu

Die Brauerei Neumarkter Lammsbräu gilt seit Jahren als beispielhaft in Sachen Nachhaltigkeit.