

ENERGIE

DIE NEUEN WERTE

Der Megatrend heisst Nachhaltigkeit. Ökologisch handeln, sozial agieren und erst noch ökonomisch erfolgreich sein. Nach der weltweiten Finanzkrise und ihren dramatischen Folgen für die Realwirtschaft ist das Schaffen von nachhaltigen Werten gefragt. Fotograf Christian Aeberhard inszenierte das Thema auf einer Reise durch die Schweiz.

Die Nachhaltigsten: Wer in der Schweiz ökologisch und sozial wirtschaftet – das Rating. *Seite 52*

Energiewirtschaft: Weshalb Norwegen das Vorbild für alle andern Länder ist. *Seite 63*

Sir Richard Branson, der Pionier: Warum der Unternehmer auf grün setzt – das Interview. *Seite 64*

Die Gesund-Esser: Was Geniesser auf ihren Einkaufszettel schreiben. *Seite 66*

Die sparsamsten Flitzer: Mit unter vier Litern unterwegs. Und in der neuen Hybrid-Linousine von Mercedes. *Seite 68*

Grüne Anlagen: Mit welchen Aktien man verdienen kann – und etwas für die Welt tun. *Seite 70*

WASSERENERGIE

► **SCHWEIZER TRADITION.** Schweizer Kraftwerke profitieren von einem umweltfreundlichen Anteil an Wasserenergie im Portefeuille.

WINDENERGIE

► **VOLLE UMDREHUNG.** Windkraft wird eines der grössten Wachstumsthemen der nächsten Jahre sein, wobei es in der Schweiz nur wenig lohnende Standorte gibt.

NAHRUNGSMITTEL

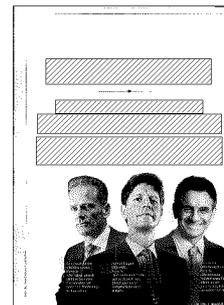
► **FISCHZUCHT.** Ob Fisch, Fleisch oder Geflügel – zertifizierte Produkte weisen auf ökologisch sinnvolle Zuchtmethoden und nachhaltige Produktionsweisen hin.

TREIBSTOFFE

► **GAS GEBEN BEIM GAS.** Der teure Erdölpreis löste eine fieberhafte Suche nach Alternativtreibstoffen aus wie Gas aus Kompostabfällen.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

► **BLICK IN DIE ZUKUNFT.** Soziale Verantwortung umfasst auch die Generationengerechtigkeit, in deren Rahmen Lösungen für Generationen der Gegenwart nur unter Berücksichtigung der Folgen für die Generationen der Zukunft gesucht werden.



DIE GRÜNE SPITZE

Wer geht am effizientesten mit Energie um? Wer hält Arbeitsverträge ein? Wer fördert Frauen? Wer setzt auf Recyclingpapier im Büro? Ein Nachhaltigkeits-Rating analysiert 50 Schweizer Firmen. Die Sieger: ABB, Swisscom und Georg Fischer.

► VON STEFAN BARMETTLER UND IRIS KUHN-SPOGAT TEXT

Nein, Joseph Hogan kann nicht die Wüsten dieser Welt begrünen. Er verkauft Maschinen und soll Mehrwert für die Aktionäre schaffen. Doch manchmal, da gelingt dem ABB-Konzernchef auch beides – verkaufen und begrünen. Betriebswirt Hogan ist jedes Mal fasziniert, wenn ein alter Motor durch einen neuen, energiesparenden ersetzt wird. Die Amortisationszeit liegt oft, rechnet er vor, bei unter einem Jahr. «Das ist gut für unser Unternehmen, gut für die Umwelt – und zahlt sich auch für unsere Aktionäre aus.»

Bis vor kurzem kurvte Carsten Schloter im breitbeinigen SUV durchs Land, nun ist er mit einem Sparauto unterwegs. Der Dieselmotor seines neuen Firmenwagens VW Scirocco verbrennt 4,2 Liter, die Hälfte des Vorgängers. Die Botschaft, die beim Personal ankommen soll: Weniger ist mehr. «Das Thema Nachhaltigkeit wird angesichts der wirtschaftlichen und sozialen Probleme massiv an Bedeutung gewinnen», sagt der Swisscom-Chef.

Yves Serra, Chef von Georg Fischer, heizt sein Haus mit Ökoheizöl. Das ist

ihm nicht nachhaltig genug, nun will er sein 25-jähriges Haus auf eine energieeffiziente Wärmepumpe umstellen, mit einem Rohrleitungssystem von – richtig – Georg Fischer. Sparen will Serra auch im Geschäft: Dienstreisen, speziell Flugreisen, sollen möglichst vermieden werden. «Dar- an hält sich auch der CEO.»

Hogan, Schloter, Serra – das Trio hat etwas gemeinsam: Es steht an der Spitze von Unternehmen, die als vorbildlich gelten. Die Konzerne bringen es im ersten umfassenden Nachhaltigkeits-Rating der Schweiz auf die drei Medaillenplätze: ABB vor Swisscom vor Georg Fischer.

Die unabhängige Ratingagentur Oekom Research, domiziliert in München, bewertet seit 1993 soziale und ökologische Standards von Unternehmen, und zwar aufgrund von über 100 Kriterien, allgemeinen wie sektorspezifischen. Im Bereich soziale Standards gibt es Noten für Aspekte wie Sicherheit der Mitarbeiter, Gesundheit, Frauenanteil im Kader, Kinderarbeit, Zulieferverträge und Umsetzung von Corporate Governance. Beim Öko-Standing beurteilen die Experten den Verbrauch von

..

Argus Ref 35309949

FRUHER IM SUV UNTERWEGS, HEUTE IM SPARAUTO.

Wasser und Strom, die Rezyklierbarkeit von Produkten und die Energieeffizienz. Die Sozial- und Ökobewertungen werden schliesslich in einem Gesamtrating zusammengefasst und benotet – von A+ bis D, von «aussergewöhnlicher Leistung» bis «kaum ein Engagement».

HÖHERE PRIORITÄT. Die drei Top-Firmen bringen es, wie ein paar weitere, auf eine Schlussnote B-. In der Detailanalyse schwingt ABB obenauf: ABB erreicht 2,706 Punkte (Höchstpunktzahl 4), die zehntklassierte Swiss Re bringt es auf 2,241 Punkte. Die detaillierten Bewertungen finden Sie auch auf www.bilanz/ratings.

Das sind ansprechende Noten, im internationalen Vergleich gar Spitzenwerte, aber noch lange nicht nachhaltig genug. Siegerin ABB punktet etwa bei folgenden Kriterien: Arbeitsverhältnissen in der Dritten Welt, entkrampftem Verhältnis mit den Gewerkschaften oder dem Kerngeschäft Öko-Effizienz (Energieverbrauch, Treibhausgas-Emissionen, Wasserverbrauch). Die Transformatoren für den umstrittenen Drei-Schluchten-Damm in China allerdings haben Punkte gekostet. Hogans Vorgabe bei allen Grossprojekten: «Wir führen heute gemeinsam mit Kunden Sozial- und Umweltverträglichkeitsprüfungen durch.» Auch von den Lieferanten werden strenge Nachhaltigkeitsstandards verlangt.

Nachhaltigkeits-Ratings führten früher lange ein Nischendasein, rutschen bei Chefs und Anlegern nun aber auf der Prioritätenliste weit nach oben. Ein Grund sind die klassischen Firmenbewertungen, denen die Finanzwelt fast blind folgt. Dabei haben Einschätzungen der grossen Ratingagenturen wie Fitch, Standard & Poor's oder Moody's die Tur-

bulenzen an den Finanzmärkten erst richtig befeuert. Sie haben drittklassigen Anlagevehikeln das Gütesiegel AAA aufgedrückt, worauf sich Investoren in (falscher) Sicherheit wiegten; nach dem Subprime-Debakel stecken die traditionellen Agenturen und ihre Parameter in der Glaubwürdigkeitskrise.

Derweil feiert die Nachhaltigkeit einen Boom: Der weltbekannte Publizist Thomas Friedman («Die Welt ist flach») rief letzte Woche am Swiss Economic Forum in Thun zur «Green Revolution» auf, wobei in den USA «grün» nachhaltig bedeutet. Sein Bonmot «Auf das Moon Race folgt nun das Earth Race» spielte auf den Wettstreit der Grossmächte an, wer zuerst auf dem Mond landen würde. Künftig sei mächtig, wer mit seinem Geschäftsmodell auf der Megatrend-Welle der Nachhaltigkeit surfe. Am WEF 2009 in Davos einigten sich die versammelten Firmenlenker auf ein halbes Dutzend Massnahmen, um die Integration von sozialem und ökologischem Verhalten in den Geschäftsalltag zu akzelerieren. Denn Sustainability wird, auch dank ▶

▶ staatlichen Investments in Infrastruktur, zum Big Business. «Schweizer Anbieter von Umwelttechnik werden von den Anstrengungen zu mehr Energieeffizienz und zur Senkung der CO₂-Emissionen profitieren», sagt Carsten Henkel, Managing Partner bei Roland Berger Strategy Consultants in Zürich. Eben hat Roland Berger den «GreenTech-Atlas 2.0» aufgelegt, der den globalen Umwelttechnologien bis 2020 einen Umsatz von 3100 Milliarden Euro prognostiziert, was einer Verdoppelung innert zehn Jahren entspricht.

MEHR ALS PR. Bereits heute gilt: «Jeder weiss, dass es Probleme gibt mit dem Image, wenn man auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit nichts tut oder nur das Minimum.» Das sagt nicht ein PR-Mann, sondern Felix Meier von WWF Schweiz. Mit seinen Forderungen rennt er heute offene Türen ein, und zwar nicht jene von Umweltbeauftragten im Strickpullover,

sondern jene in der Beletage. Das Thema hat sich in Corporate Switzerland vom Randphänomen zur Chefsache aufge-

DAS EINSTIGE RANDPHÄNOMEN IST ZUR CHEFSACHE GEWORDEN.

schwungen. «In den letzten drei Jahren ist enorm viel passiert», freut sich der Umweltspezialist. Dass die Mitgliedschaft bei der WWF Climate Group (u.a. Swisscom, Migros, Coop, Post, ZKB) möglicherweise mehr strategisch begründet sein könnte denn mit der Liebe zu Mensch und Umwelt, stört ihn nicht. Auch nicht, dass Coop und Migros per Communiqué medienwirksam verkünden, dass sie bedrohte Fischarten aus ihrem Sortiment kippen. «Der Sache tut das keinen Abbruch – und Good News soll man kommunizieren.»

Nachhaltigkeit als schiere PR-Übung? Wenn dem so wäre, sagt Carsten Schlotter, wäre die Visibilität des Swisscom-Engagements ungleich grösser. Tatsächlich ist kaum bekannt, dass der Telekomkonzern mit dem Projekt Mistral, der öko-effizienten Kühlung der Rechenzentren, den Stromverbrauch um zehn Prozent senkt. Und wer weiss schon, dass Schlotter's Firma, zweifellos ein Energieverbraucher der Sonderklasse, der grösste Ökostrombezüger des Landes ist? Dass die Migros vor zwei Wochen am Retail World Congress in Barcelona, dem wichtigsten Branchentreffen, mit dem Titel «Nachhaltigstes Unternehmen 2008» ausgezeichnet wurde, war vorerst nur in einem Fachblatt zu lesen (siehe Box Migros Seite 58).

PERSÖNLICHE MISSION. Oft sind es Chefs oder Grossaktionäre, denen neben der Ökonomie soziales und ökologisches Wirtschaften wichtig ist. Albert Baehny, Konzernchef von Geberit, gemäss Oekom Research mit Rang 5 benotet und in inter-

nationalen Ratings ein Musterbeispiel in Sachen Nachhaltigkeit, ist getrieben von einer persönlichen Mission: «Ich habe mir vorgenommen, meinen ökologischen Fussabdruck zu verbessern.» Als Privatmann nutze er aktiv den «CO₂-Monitor», der seit Anfang Jahr via Intranet zugänglich ist. Hier können CO₂-Emissionen, die im Alltag anfallen, exakt berechnet und allenfalls reduziert werden. Als ▶

▶ Chef von Geberit versuche er zudem, das Thema bei jeder internen wie externen Präsentation anzusprechen, um «die Leute zu sensibilisieren».

Engagement statt Lippenbekenntnisse – «viele Firmen haben heute ehrgeizige Ziele», sagt Felix Meier. Seit 14 Jahren bei WWF Schweiz, ist er heute Leiter Konsum und Wirtschaft und dafür bezahlt, Schweizer Firmen für die Anliegen von WWF zu gewinnen und über Kooperationen zu verpflichten. Bis vor einigen Jahren ein Knochenjob. «Erfolg hatten nur Massnahmen, mit denen sich sparen liess», sagt er, «die meisten Unternehmen be-

BEI DER UMWELT- ORGANISATION WWF LÄUFT ES WIE AM SCHNÜRCHEN.

schränkten sich aufs Minimum und aufs Naheliegendste wie Stromsparen.» Heute läuft es der Umweltorganisation wie am Schnürchen. Gemäss Meier ist die Bereitschaft zur Kooperation mit einer Nichtregierungsorganisation (NGO) wie dem WWF in der Schweiz ungleich grösser als in allen anderen Ländern, in denen die Organisation aktiv ist.

Auch bei WWF selbst hat sich einiges getan. Statt wie bis vor kurzem zum Boykott von Tropenholz aufzurufen, macht sich die Umweltorganisation heute für den Einsatz von Tropenholz mit dem FSC-Nachhaltigkeits-Gütesiegel stark. Statt Flugreisen wegen ihrer hohen CO₂-Emissionen zu verteufeln, hat WWF ▶

► mit Swisscom eine Partnerschaft zur Lancierung von IT-Angeboten wie Video Conferencing besiegelt, die Flugreisen unnötig machen. «Die Zeit ist ideal», sagt Meier, «das Echo aus der Wirtschaft gut.» Indes: Partnerschaften mit Atomenergiegesellschaften, Erdöl- und Autokonzernen sind tabu, Kooperationen mit Unternehmen, die viel versprechen und nichts halten, werden aufgelöst. «Lippenbekenntnisse akzeptieren wir nicht», sagt Meier, «auch zum Schutz unserer Glaubwürdigkeit.»

ÖKO-EFFIZIENZ. Die aktuelle Rezession wird zum Lackmestest für die Nachhaltigkeitseuphorie, sind Experten überzeugt: Kostenfaktor oder Marktchance? Otto Bisang, im November 20 Jahre Umweltbeauftragter bei der Credit Suisse, sieht der gegenwärtigen Situation gelassen entgegen. Er hat schon manche Krise durchlebt. «Als ich begann, war ich allein.» Heute kümmert sich bei der CS eine ganze Nachhaltigkeitsabteilung mit Juristen und Naturwissenschaftlern um die Einhaltung ökologischer und sozialer Standards. Einen Abbau gab es nie, auch in der Krise von 2001 nicht, obwohl Bisang immer wieder für Anliegen und Ressourcen kämpfen musste.

Bisangs Argument: Mit Öko-Effizienz lässt sich sparen. So hat die CS mit einer neuen Virtualisierungssoftware 2008 die Server-Auslastung derart erhöht, dass

SEIT 2006 IST DIE CREDIT SUISSE CO₂-NEUTRAL UNTERWEGS.

5500 dieser Stromschlucken – jeder vierte – abgeschaltet werden konnten. Allein in der Schweiz kauft die Bank pro Jahr Strom für 30 Millionen Franken. Jede Einsparung wirkt sich doppelt aus: tiefere Kosten, geringere CO₂-Kompensationszahlungen. Seit 2006 ist die Bank in der Schweiz CO₂-neutral unterwegs. Diese

Efforts schlagen auf das Oekom-Rating durch – mit Rang 9.

Das Attribut nachhaltig findet auch bei Investoren Anklang. Gemäss dem «World Wealth Report 2008» investierten zehn Prozent der Anleger mit einem Investitionsvolumen von über einer Million Franken in sogenannte Socially Responsible Investments. In der Schweiz stiegen die verwalteten Vermögen von Nachhaltigkeitsfonds letztes Jahr um elf Prozent.

Eine andere Statistik spricht ebenfalls dafür, dass sich der Trend auch in der aktuellen Krise halten können. Investments in nachhaltig geführte Unternehmen erweisen sich als krisenresistenter, jedenfalls bis jetzt. Dies zeigt eine Berechnung der Bank Sarasin, die seit 20 Jahren Nachhaltigkeitsanalysen betreibt und in der Branche als Vorreiter gilt (siehe Grafik auf Seite 58).

Sarasin macht es vor. Manche Gepflogenheit erinnern an eine NGO: Intern wird ausschliesslich mit rezykliertem Papier gedruckt und kopiert, 85 Prozent des in der Schweiz verbrauchten Stroms ► ► stammen aus erneuerbaren Quellen. Auch eine Studie der Universität Zürich und des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim belegt, dass Aktien von Firmen mit höherem Nachhaltigkeits-Rating besser sind als andere – und zuverlässiger. Steigende Energiepreise und strengere Umweltauflagen sind künftig Kostentreiber, die öko-effiziente Unternehmen eher abfedern können. Zudem reduzieren sich die finanziellen Risiken möglicher Zusatzkosten (Reputation, Produkthaftpflicht).

FÜHRENDE POSITIONEN. Auffallend ist: Schweizer Industriekonzerne belegen in internationalen Vergleichen oft Top-Positionen. Michael Diaz, Geschäftsführer der Schweizer Rating-Agentur Inrate: «Gerade die Schweizer Industrie stand im Fokus der NGO, das hat ihr Nachhaltigkeitsniveau erhöht.» Holcim-Grossaktionär Thomas Schmidheiny, als Zementhersteller ein riesiger CO₂-Emittent, nahm sich deshalb frühzeitig der Treibhausgase an. Heute ist der Zementhersteller weltweit führend, wie

die Bewertungsagentur Sustainable Asset Management SAM in ihrer Studie «Die nachhaltigsten Unternehmen der Welt» zeigt. Hier einen Spitzenplatz zu belegen, ist Gold wert: Mit den Resultaten von SAM wird der Dow Jones Sustainable World Index berechnet, der wichtigste globale Gradmesser nachhaltiger Investments.

Die Nachhaltigkeitswelle der Investoren hat, wie das Oekom-Rating zeigt, die Konzernchefs definitiv erfasst. Nicht nur: CS-Experte Otto Bisang, Mann der ersten Nachhaltigkeitstunde, radelt frühmorgens im Sport-Tenue von der Zürcher Goldküste ins Büro hinter dem Paradeplatz, wo ein frisches Hemd, Krawatte und Anzug auf ihn warten.

DIE TOP TEN

Die zehn nachhaltigsten Konzerne der Schweiz.

Firma	Branche	Prime-Schwelle*	Rating in Noten	Rating in Zahlen
ABB	Maschinenindustrie	C+	B-	2,706
Swisscom	Telekommunikation	C+	B-	2,689
Georg Fischer	Autozulieferung	C+	B-	2,673
Roche	Pharma	C+	B-	2,637
Geberit	Konstruktion	C+	B-	2,630
Novartis	Pharma	C+	B-	2,612
Nestlé	Nahrungsmittel	C+	C+	2,451
Bank Sarasin	Finanzdienstleister	C	C+	2,399
Credit Suisse	Finanzdienstleister	C	C+	2,319
Swiss Re	Versicherung	C	C	2,241

* Prime-Schwelle: Wer über der Prime-Schwelle liegt, gehört global zu den besten Firmen in der jeweiligen Industrie. Daten: Oekom Research

HÖHERE RENTABILITÄT

Seit Ende 2001 haben sich Aktien von nachhaltigen Firmen deutlich besser gehalten als der Marktdurchschnitt.



Quelle: Bank Sarasin, Daten bis Juli 2008. © BILANZ-Grafik

BRANCHENÜBERSICHT

Die nachhaltigsten Konzerne der Schweiz nach Branchen.

Branche	Firma	Prime-Schwelle*	Rating in Noten	Rating in Zahlen
Autozulieferung	Georg Fischer	C+	B-	2,673
	Syngenta	B-	C	2,047
	Ciba Spezialitätenchemie	B-	C-	1,975
	Givaudan	B-	C-	1,786
Services	Adecco	C	C-	1,927
Konstruktion	Geberit	C+	B-	2,630
	Holcim	C+	C	2,208
Finanzdienstleister international	Bank Sarasin	C	C+	2,399
	Credit Suisse	C	C+	2,319
	UBS	C	C	2,141
	Julius Bär	C	D+	1,700
Finanzdienstleister regional	Baselland. Kantonalbank	C	C-	2,027
	Basler Kantonalbank	C	C-	1,821
	Luzerner Kantonalbank	C	C-	1,776
	Berner Kantonalbank	C	D+	1,735

So wird bewertet

Das Rating in Noten: Gesamtbewertung der Nachhaltigkeit einer Firma auf einer zwölfstufigen Skala von A+ (aussergewöhnliche Leistungen) über B (gutes Engagement) bis zu D- (kaum ein Engagement).

Das Rating in Zahlen zeigt dieselbe Bewertung, jedoch als numerischen, präziseren Wert zwischen 1 und 4.

Prime-Schwelle: Branchenspezifische Grenze für nachhaltiges Verhalten, von Oekom Research festgelegt. Wer über der Prime-Schwelle liegt, zählt international zu den führenden Unternehmen seiner Branche und erfüllt die branchenspezifischen Oekom-Mindestanforderungen.

Unter Berücksichtigung von Ausschlusskriterien kommen Prime-Unternehmen für nachhaltige Investments in Betracht.

Nahrungsmittel	Nestlé	C+	C+	2,451
	Emmi	C+	C	2,167
	Barry Callebaut	C+	D+	1,603
Gesundheit	Straumann	C+	C-	1,936
	Sonova	C+	C-	1,859
Versicherung	Swiss Re	C	C	2,241
	Bâloise	C	C	2,017
	Zurich Financial Services	C	C-	1,883
	Helvetia	C	D+	1,685
IT/Halbleiter	Micronas Semiconductor	C+	C-	1,880
Freizeit	Kuoni	C	C	2,183
Maschinenindustrie	ABB	C+	B-	2,706
	Schindler	C+	C	2,000
	SEZ	C+	C-	1,995
	Sulzer	C+	C-	1,858
Pharma	Roche	C+	B-	2,637
	Novartis	C+	B-	2,612
Detailhandel	Jelmoli Holding	C+	C-	1,798
Telekommunikation	Swisscom	C+	B-	2,689
Luxusgüter	Richemont	C+	C-	1,799

■ Sektorleader. Quelle: Oekom Research

AUSBILDUNG

Gute Energie

Die Universität St. Gallen wird sich vermehrt mit dem Megatrend Nachhaltigkeit befassen. Ende Mai weiht sie den Lehrstuhl für Management erneuerbarer Energien ein. Die Idee dazu stammt von der Uni, das Geld von Good Energies, einer Private-Equity-Firma aus Zug. Sie gehört ins Imperium des niederländischen Brenninkmeijer-Clans, der die Textilgruppe C&A besitzt.

2001 von Marcel Brenninkmeijer gegründet, um «etwas Sinnvolles für Gesellschaft und Umwelt» zu machen, gehört Good Energies heute zu den grössten Investoren im Bereich erneuerbare Energien und Energieeffizienz. Vier Milliarden Euro beträgt die Marktkapitalisierung der Good-Energies-Investments im Bereich Entwicklungsprojekte, die Solarfirmen und Windindustrie erreichen.

Die grünen Kleinen

Diese Kleinfirmen schneiden in Sachen Nachhaltigkeit am besten ab. Sustainability ist ihr Kerngeschäft: «Wir kümmern uns um den Zivilisationsabfall», sagt Inès Bub, Geschäftsführerin von Citron mit Sitz in Zürich. Citron recycelt in Le Havre schwermetallhaltige Abfälle wie Batterien, geschredderte Autoreste und Filter aus Kehrlichtverbrennungsanlagen. Die Ratingagentur Oekom stuft Citron mit der Spitzennote A- ein (Bewertung von A+ bis D-).

Eine weitere Perle der Nachhaltigkeitsbranche ist Meyer Burger (B+). Die Firma aus Thun baut Maschinen, mit denen Siliziumblöcke zu extrem dünnen Scheiben zerschnitten und für die Herstellung von Solarzellen nutzbar gemacht werden. Meyer Burger hat 2008 Umsatz und Gewinn verdoppelt.

KLEINFIRMEN

Die nachhaltigsten Small Caps der Schweiz.

Branche	Firma	Prime-Schwelle*	Rating in Noten	Rating in Zahlen
Recycling	Citron	C+	A-	3,458
Erneuerbare Energie und Energieeffizienz	Edison Power Europe	C+	B+	3,144
	SES Solar	C+	B+	3,132
	ESAG Energy Solar	C+	B+	3,114
	Meyer Burger	C+	B+	3,066
	3S Industries	C+	B+	3,007
	Energiedienst Holding	B-	B-	2,731
	Biopetrol Industries	C+	C	2,249
Nachhaltige Finanzdienstleister	New Value	C	B+	3,112
	New Energies Invest	C	B-	2,680
Nachh. Rohstoffe	Precious Woods	B-	B+	3,173

■ Sektorleader. * Prime-Schwelle: Wer über der Prime-Schwelle liegt, gehört global zu den besten Firmen in der jeweiligen Industrie. Quelle: Oekom Research

LÄNDERVERGLEICH

Wie grün und sozial ist die Schweiz?

Die bedrohte Biodiversität drückt auf die Bewertung, doch beim Recycling sind wir top.

Nicht nur Firmen und Branchen werden auf ihre Nachhaltigkeit hin überprüft, sondern ganze Nationen. Im Länder-rating von Inrate sind 30 Nationen bewertet. Die Schweiz figuriert in den Top Ten, nur knapp hinter den Skandinavien, Österreich, Deutschland und den Niederlanden. Die Platzierung gründet auf einem komplexen Modell: 154 unterschiedliche Kriterien wie Biodiversität, Infrastruktur, Institutionen, gewerkschaftliche Freiheit, Kündigungsschutz, Sozialwerke werden analysiert.

Im internationalen Vergleich hat die Schweiz ihrer geringen Fläche wegen ein Handicap, etwa bei der Bewertung der Biodiversität, während Staaten wie die USA hier schon allein mit ihrer schiereren Grösse punkten. Dass es die Schweiz trotzdem unter die ersten zehn geschafft hat, erklärt Michael Diaz, CEO von Inrate, mit Spitzenwerten bei Wasserverbrauch pro Kopf, Recycling, Luftverschmutzung, Energieverbrauch oder Biolandwirtschaft. «Sie machen den Nachteil der Kleinheit wett.»



NACHHALTIGKEIT

«Die aktuelle Krise wird zum Lackmustest»

Robert Hassler, Chef der deutschen Ratingagentur Oekom Research, über Erfolg und Nachhaltigkeit.

BILANZ: Welche Branchen gelten in der Schweiz als besonders offen für Nachhaltigkeit?

ROBERT HASSLER: Die von uns mit Prime-Status bewerteten Unternehmen stammen aus diversen Branchen. Grundsätzlich bewerten wir Unternehmen besonders positiv, deren Produkte einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. Hier stechen auch eine Reihe von kleineren Unternehmen hervor, etwa Citron oder Edison Power Europe.

Wie viele Kriterien werden in Ihren Firmenratings bewertet?

Wir haben rund 500 einzelne Indikatoren in der Datenbank, von denen pro Firma rund 100 branchenspezifisch ausgewählt werden.

Sind Ihre Ratings glaubwürdig?

In sehr hohem Masse. Nicht die bewerteten Unternehmen sind unsere Auftraggeber, sondern der Kapitalmarkt. Das heisst, wir sind völlig unabhängig in Bezug auf die Wahl der Kriterien und Bewertungsgrundsätze. Mit unseren Kriterien decken wir die relevantesten

Nachhaltigkeitsaspekte der jeweiligen Branchen ab. Es werden sowohl quantitative als auch qualitative, vergangenheits- und zukunftsbezogene Aspekte erhoben und bewertet. Schliesslich ist unser Ratingprozess transparent und setzt auf einen Dialog mit den Unternehmen sowie auf eine ausführliche Recherche bei allen relevanten Stakeholdern.

Gibt es eine Korrelation zwischen kommerziellem Erfolg und Nachhaltigkeit?

Hierfür gibt es zahlreiche empirische Belege, etwa die breite Studie des UN Environment Program in Kooperation mit der

Beratungsfirma Mercer sowie zahlreiche Untersuchungen aus unserem Hause.

Befürchten Sie in der Krise eine Verschiebung der Prioritäten auf harte Faktoren wie Rentabilität?

Es gibt zwei Szenarien: den «klassischen Reflex», da werden Umweltschutz und Nachhaltigkeit

primär als Kosten wahrgenommen. Und es gibt das Szenario «Nachhaltigkeit als Chance». Welches wahrscheinlicher ist, kann man heute schwer vorher sagen. Für das zweite Szenario spricht, dass nachhaltig wirtschaftende Unternehmen offenbar besser durch die Krise kommen, wie eine Studie von A.T. Kearney zeigt. Die aktuelle Krise wird zum Lackmustest dafür, wie ernst man es mit der Nachhaltigkeit meint.

In Ihrem weltweiten Retail-Report schliesst die Migros auf dem Spitzenplatz ab. Weshalb? Migros schneidet in allen relevanten Kategorien auf hohem Niveau ab, insbesondere in den Kategorien «Staff and Suppliers», «Product Responsibility», «Environmental Management» und «Products and Services». Dies weist auf einen umfassenden Nachhaltigkeitsansatz hin. Ein zentrales Thema sind auch Zulieferstandards, insbesondere hinsichtlich Arbeitsbedingungen.

Robert Hassler

ENERGIE-SPARER

Besser als Marks & Spencer

Migros gilt in der Retailbranche als globaler Leader in Sachen Nachhaltigkeit.

MIGROS WELTWEIT TOP

Mit ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit hält Migros die Spitze.

Rang	Firma	Note
1	Migros (CH)	B-
2	Marks & Spencer (GB)	C+
3	Kesko (Fin)	C+
...		
11	Metro (D)	C
12	Westfarmers (Aus)	C
...		
15	J. Sainsbury Plc (GB)	C-
16	DSG International Plc (GB)	C-
...		
23	Macy's (USA)	D+
24	Wal-Mart Stores (USA)	D+

Vergleich von weltweit 28 Einzelhandelsunternehmen, Durchschnitt: C-.
 Quelle: Oekom Research

Die Migros sammelt Preise. Am 8. Mai kürte der World Retail Congress, das wichtigste «get-together» der Detailhändler, die Firma zum «Responsible Retailer of the Year», vor Tesco und Marks & Spencer. Das Reputation Institute in New York, das jährlich 1000 Firmen auf ihre Nachhaltigkeit hin überprüft, setzte die Migros auf Rang 10 der «World's Most Respected Companies 2008» – vor Heineken oder Walt Disney. Von Oekom Research erhielt die Migros 2007 in einem internationalen Branchenvergleich Gold.

Das Migros-Management profitiert davon, dass es nicht unter dem Dauerdruck von Aktionären steht. Herbert Bolligers Leute können derweil fast unbehelligt

ins Grün-Profil investieren – und tun es auch, zum Beispiel beim Energieverbrauch oder beim Recycling. Die Mineraltochter Aproz reduzierte 2008 das Gewicht der PET-Flaschen und erhöhte den Rezyklatanteil. Das allein senkte den CO₂-Ausstoss um 8950 Tonnen. Weitere 196 Tonnen CO₂ werden mit einer neuen Folie für Frischpizza eingespart. In Heiden AR eröffnet 2011 eine Filiale, die bezüglich Nachhaltigkeit Massstäbe setzen soll. Ein Grossteil der Elektrizität stammt aus einer Fotovoltaikanlage. Die Abwärme aus dem 15-Millionen-Franken-Bau wird zur Beheizung von Wohnungen benützt.

Von den Vorteilen einer nicht renditegetriebenen Genossenschaft profitiert auch Konkurrent Coop. Nur erscheint dieser im Gegensatz zur Migros kaum je in internationalen Ratings, was daran liegt, dass die Agenturen in der kleinen Schweiz auf den Branchenleader fokussieren. Dabei liefern sich die beiden Firmen ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Das Commitment kommt von höchster Stelle: «Nachhaltigkeit ist kein nettes Hobby, sondern strategisch relevant», sagt Coop-Chef Hansueli Loosli. Operativ ist der Bereich, wie bei Migros auch, direkt ihm als oberstem Chef unterstellt. Die Aktivitäten sind vielfältig: Sie reichen von der Förderung nachhaltiger Produkte und Ideen über Mitarbeiterschulung in umweltge-

rechtem Verhalten bis zum Engagement für Ökoprodukte.

Bis 2023 will Coop CO₂-neutral operieren. LED, Minergie, Biogasproduktion heissen die Schlagworte zur Drosselung des CO₂-Ausstosses. Wo nicht gedrosselt werden kann, wird kompensiert, etwa bei Erdbeeren aus Südamerika, die per Flugzeug angeliefert werden. Kostenpunkt: zwei Millionen Franken im Jahr.

Ende 2009 eröffnet Coop in Frutigen ein Tropenhaus, wo Störe nachhaltig gezüchtet und Tropenfrüchte ausgereift werden. Das Wasser stammt aus einer warmen Quelle, die beim Bau des Lötschberg-Basistunnels entdeckt wurde.