



B.A.U.M. Stakeholderdialog Sustainable Leadership Policy Paper

Kernfrage:

Welche Beiträge kann die Wirtschaft für ein zukunftsfähiges Wachstum einbringen?

Im Rahmen der *Initiative Wachstum im Wandel* fand im Laufe der Jahre 2011 und 2012 eine *Reihe von Stakeholder-Dialogen* statt, in denen unterschiedliche wachstumsrelevante Fragestellungen reflektiert wurden. Die Ergebnisse werden in Form von „*Policy Papers*“ veröffentlicht und sind ein Beitrag zur *Internationalen Konferenz Wachstum im Wandel 2012*, die vom 8. – 10. Oktober 2012 in Wien stattfinden wird.

Ziel ist es, konkrete Maßnahmen für ein zukunftsfähiges Wirtschafts- und Finanzsystem zu diskutieren und Entscheidungsträgern aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft vorzuschlagen.

Die B.A.U.M. Stakeholderdialoge wurden unterstützt von:



Hintergrund

Basis der unterschiedlichen Stakeholderdialoge im Rahmen der Initiative Wachstum im Wandel war das gemeinsame Bewusstsein für die Notwendigkeit der nachhaltigen Veränderung des konventionellen Wachstumspfad.

Die Forcierung von Wirtschaftswachstum bleibt die vorrangige Antwort der Politik auf akute Probleme wie Arbeitslosigkeit, Armut und Umweltzerstörung. Aber der traditionelle Wachstumspfad ist mit einer nachhaltigen Entwicklung nicht kompatibel. Er hat weder die Voraussetzung für Vollbeschäftigung und erhöhtes Wohlbefinden geschaffen, noch hat er zu einer Reduktion unseres Ressourcenverbrauchs geführt.

Wir gehen davon aus, dass sich das Wirtschaftswachstum in den nächsten Jahren nicht wesentlich „ankurbeln“ lässt. Mit knapper werdenden Ressourcen, sinkender Erwerbsbevölkerung, eingeschränkten privaten wie staatlichen Konsum- und Investitionsmöglichkeiten sowie ähnlichen Symptomen auch in den wesentlichen Abnehmerländern versiegt der Quell ständigen quantitativen Wachstums.

Unser Wachstumspfad war und ist mit hohen ökologischen und sozialen Kosten verbunden, die wir nicht länger ignorieren können.

Die Partner der Initiative Wachstum im Wandel haben sich mit der durchaus wahrscheinlichen Alternative befasst, dass „Wachstum-as-usual“ nicht auf Dauer haltbar ist.

Unter dieser Annahme befasst sich das B.A.U.M. Policy Paper *Sustainable Leadership* damit, welche Herausforderungen und Fragen sich für UnternehmerInnen und die Wirtschaft stellen, um den Wandel zu einer *green economy* (UNEP/UNCSD) und zu einem qualitativen Wachstumspfad („*smart, sustainable and inclusive growth*“ - EC 2011) zu bewirken.

B.A.U.M. Austrian Network for Sustainable Management – hat die Verantwortung für den Stakeholderdialog und das Policy Paper *Sustainable Leadership / Sustainable Management* übernommen.

Das B.A.U.M. Policy Paper bildet eine Stakeholderdiskussion zu diesem Thema ab und will zum weiteren Nachdenken, Mitdiskutieren und Verändern anregen. Die Kernfrage lautet: Welche Beiträge kann die Wirtschaft für ein zukunftsfähiges Wachstum leisten?

Projektablauf

Die wesentlichen Fragen und Themenkreise zur Erstellung eines Policy Papers wurden zunächst im Kreis des B.A.U.M.-Vorstands ausführlich diskutiert und anschließend in einem Workshop bei den Österreichischen Bundesforsten am 5.10.2011 als Grundlage der B.A.U.M. Stakeholderdialoge formuliert und strukturiert.

Der **erste B.A.U.M. Stakeholderdialog *Sustainable Leadership/Sustainable Management*** fand am 17. 11. 2011 in der Zentrale der REWE-Group in Wiener Neudorf statt.

Aus einem Kreis von rund 50 am Dialog interessierten Stakeholdern haben beim 1.Termin insgesamt 22 Personen aus den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung teilgenommen. (6 Frauen/ 16 Männer)

Der **zweite B.A.U.M.- Stakeholderdialog *Sustainable Leadership*** fand am 27. 03. 2012 in der Oesterreichischen Nationalbank in Wien statt. Es haben daran insgesamt 25 Stakeholder aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Kunst und Gesellschaft (13 Frauen/12 Männer) teilgenommen.

Das Engagement aller Beteiligten war erfreulich hoch, die Diskussionen waren lebhaft, die Ergebnisse vielfältig und fokussiert zugleich.

B.A.U.M. Policy Paper Sustainable Leadership – Conclusio:

Wachstum im Wandel bedeutet für uns Wirtschaft im Wandel.

Die globalen Ziele der UN-Conference RIO+20 *The Future We Want - Sustainable Development Goals-*

A green economy in the context of sustainable development and poverty eradication sind eine Aufforderung an die Wirtschaft zur nachhaltigen Veränderung, zur internationalen Kooperation und zur regionalen und lokalen Umsetzung einer Vielzahl unternehmerischer Maßnahmen auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Wirtschaft und einem zukunftsfähigen Wachstum.

Sustainable Leadership ist der aktive unternehmerische Ansatz, nicht länger *business as usual* zu betreiben sondern voranzugehen in einer Entwicklung, in der ein Weniger an ungesundem Wachstum ein Mehr an Wohlstand und Lebensqualität bringt.

Für UnternehmerInnen bedeutet dies konkret:

Bewahren und Verbessern, was eine nachhaltige Entwicklung unterstützt und Veränderungen herbeiführen, die eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen und fördern:

- Zukunftsfähig Wirtschaften
- Unternehmensführung nach den Grundsätzen des *Sustainable Management* und *Sustainable Change*
- Maßhalten in einem zukunftsfähigen Wachstum
- Steigerung der Effizienz und Erhöhung der Qualität
- Realisieren von Ressourcen- und Energieeffizienz, Clean Technologies
- Wahrnehmung der Verantwortung für MitarbeiterInnen, Gesellschaft und Umwelt
- Kooperation, Erfahrungsaustausch und Export von Know-how in *best practices* (z.B. Waste Management, Recycling, Energieeffizienz, u.a.m.)
- Innovationen für *green products and green jobs*
- Soziale Innovationen, ganzheitliche Entwicklung von Führungskräften
- Fairness in der gesamten Wertschöpfungskette

Sustainable Leadership muss auch eine Priorität für die politischen EntscheidungsträgerInnen sein zur Umsetzung internationaler und nationaler Ziele der *Sustainable Development Goals*,

- insbesondere zum Abbau der extremen Ungleichheiten in Wirtschaft und Gesellschaft
- zur Reduktion der Armut
- zur Regulierung der Finanzmärkte
- zur Einführung einer Transaktionssteuer
- zu einer ökologischen Steuerreform
- zur drastischen Reduktion von Rüstungsausgaben
- zur Erhöhung der Finanzmittel und Unterstützung für Entwicklungsländer
- zu Investitionen und Innovationen in Bildung und Ausbildung

B.A.U.M. Austrian Network for Sustainable Management

Harald Hutterer, Johann Jachs, Alfred Matousek, Helga Prazak-Reisinger, Gerald Plattner, Walter Scharf, Walter Seeböck, Heinz-Peter Wallner

Wien, 18.August 2012

B.A.U.M. Stakeholderdialoge

Leitfragen beim 1. Stakeholderdialog

- Was bedeuten Sustainable Leadership und Sustainable Management?
- Was sind die großen Herausforderungen?
- Was sind aus Sicht der Unternehmen die Treiber des konventionellen Wachstums?
- Was spricht aus Sicht der Unternehmen für, was gegen konventionelles Wachstum?
- Warum „schwächelt“ aus Sicht der Unternehmen der Treiber Wachstum?
- Was soll/darf in einem zukunftsfähigen Wachstum auf jeden Fall wachsen? Was sind die Treiber für zukunftsfähiges Wachstum? Was soll enden?
- Was sind die Herausforderungen an Sustainable Leadership/Sustainable Management, wenn die Wirtschaft nicht mehr weiter wächst?

Themen beim 2. Stakeholderdialog

Diskutiert wurde in einem World Café mit fünf Themenkreisen:

- Handel im Wandel und Lebensqualität
- Ressourceneffizienz, Innovation und Produktion
- Finanz & Wirtschaft
- Bildung & Arbeitswelt
- Spirit in Business – Neues Denken, Neues Handeln

Zusammenfassung der Ergebnisse des 1. B.A.U.M. Stakeholderdialogs (Kurzfassung)

- **Die Grenzen des Wachstums sind erreicht und z.T. überschritten.
Maßlosigkeit und Ausbeutung der natürlichen Ressourcen sind ungezügelt.**
Peak Oil, Verknappung von Rohstoffen, Zerstörung der Biodiversität, Überfischung, Deforestation, Klimawandel u.a.m.
- **Politische Rahmenbedingungen steuern in falsche Richtung.
Ungezügelttes Wachstum schafft mehr Schaden als Nutzen.**
Die Folgen sind:
 - Finanz- und Wirtschaftskrise, Spekulationsgeschäfte,
 - Übersättigte Märkte, Ungleiche Einkommensverteilung, Steigende Arbeitslosigkeit,
 - Steigende Armut,
 - Politisch-gesellschaftliche Instabilität.
- **Sustainable Leadership** bedeutet für verantwortungsbewusste Unternehmen:
 - Leadership auf dem Weg zu *sustainable growth & green economy*,
 - Visionen leben, das Ganze sehen, Mut zu Neuem haben,
 - bestehende Ideologien und Verhaltensweisen hinterfragen & verändern,

- Wachstum der Werte, Offenheit, Glaubwürdigkeit, Transparenz, Fairness, fördern,
- und damit Zukunftsfähigkeit gestalten.

➤ **Sustainable Management**

als unternehmerische Umsetzung des neuen Denkens und der neuen Haltung

- übernimmt Verantwortung für alle Unternehmensagenden,
- in ökonomischer, ökologischer und sozialer Sicht,
- kennt ein klares Nein! zu Ressourcen zerstörenden Aktivitäten,
- fördert und motiviert MitarbeiterInnen,
- schafft Nutzen und Gewinne als wirtschaftliche Basis,
- aber nicht zu Lasten von MitarbeiterInnen, Umwelt und nächsten Generationen.

➤ **Zukunftsfähiges Wachstum**

(„*sustained, inclusive and equitable growth*“- UN-RIO+20 Conference 2012) erfordert

- Wertewandel in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft,
- Neue wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen,
- Innovationskraft, Ressourceneffizienz, Kooperation,
- Unternehmenskultur mit Verantwortung, Respekt und Fairness,
- Neudefinition von Erfolg, Anpassung der Unternehmensstrategien,
- Maß halten,
- Maßhalten, Sinnstiftende Aufgaben, Vertrauensbildung,
- Courage statt Angst,
- gelebte Sustainable Leadership.

➤ **Lobbying für Sustainable Leadership -Veränderung, Verbreitung, Vernetzung**

Die Diskussionen, Gedanken und Vorschläge der Initiative ‚Wachstum im Wandel‘ dienen einem langfristigen Ziel zur Erreichung eines qualitativen, zukunftsfähigen Wachstums:

Nachhaltige Veränderung für wachsende Lebensqualität.

Für Unternehmen bedeutet Sustainable Leadership

neues Denken, neue Haltung, neues Handeln, neue Erkenntnis

(H.P.Wallner: Train the Eight) und

Kooperation, Vernetzung, Erfahrungsaustausch, Lobbying für Sustainable Leadership/Sustainable Management

als notwendiger unternehmerischer Beitrag zum globalen Ziel Sustainable Development.

RIO+20 Conference June 2012: THE FUTURE WE WANT -

III. Green Economy in the context of sustainable development and poverty eradication

Ergebnisse des 2.Stakeholderdialogs

Statements und Zusammenfassungen aus den 5 Themenkreisen des World Cafés

Handel im Wandel und Lebensqualität

Die **Herausforderungen** für den Handel liegen zum einen in der Wahrnehmung seiner Verantwortung für die **nachhaltige Gestaltung der** angebotenen **Sortimente** hinsichtlich einer sozial-verträglichen und ökologisch-schonenden Herstellung, zum anderen in der **transparenten Kommunikation zum Konsumenten** sowie weiters in der **Einbeziehung**, d.h. Bewusstseinsbildung und Motivation **seiner MitarbeiterInnen** für nachhaltiges Handeln.

Schwerpunkte bzw. Schlüsselbotschaften

- Der Handel hat die **Macht** als „Gatekeeper“, muss sich aber auch der daraus resultierenden **Verantwortung** bewusst sein.
- Wenn **alle** in der **Wertschöpfungskette** profitieren (z.B. vom zusätzlichen mit der Produktion von nachhaltigen Produkten verbundenen Aufwand), steigt auch die **Lebensqualität** für alle.
- Zur besseren Erkenn- und Vergleichbarkeit nachhaltiger Produkte sollen möglichst **einheitliche Standards** (evtl. auch Labels) herangezogen und diese in der Folge von den Unternehmen mittels **individueller Kommunikation** vermittelt werden.
- Insbesondere im Bereich Lebensmittel gibt es das Bedürfnis nach **Regionalität** und Nachvollziehbarkeit der Herkunft der Produkte.
- Beim Thema **Vermarktung** bzw. **Kommunikation** (z.B. des Mehrwerts von nachhaltigen Produkten/Leistungen) ist insbesondere auf authentische, transparente, ehrliche und v.a. **einfache Botschaften** zu achten.
- Das Thema Nachhaltigkeit muss für möglichst **alle MitarbeiterInnen** verständlich und erlebbar und mit konkreten Beispielen, aus denen sowohl die **gesamthafte Bedeutung** als auch der **persönliche Beitrag** jedes Einzelnen nachvollzogen werden kann, gestaltet werden.

Ressourceneffizienz, Innovation und Produktion

Statements / Anmerkungen zum Thema

- Lieber länger nutzen als öfter kaufen.
- „Nur Reiche waschen billig“.
- „Wer billig kauft, kauft teuer“.
- Wirkungen auf Andere beachten und über eigene Grenzen hinausschauen.
- Ganzen Lebenszyklus betrachten.

- Produkte intelligent nutzen, neue Modelle (Leasing, Produktdienstleistungen, neue Finanzierungsformen...).
- Modell Top-Runner aus Japan: neueste Modelle müssen effizienter sein (Gesetz <http://de.wikipedia.org/wiki/Top-Runner-Programm>).
- Effizienz des Produktionsprozesses selbst steigern.
- Obsoleszenz von Produkten muss verhindert werden.
- Vielmehr: Ökodesign, guter ökologischer Fußabdruck.
- Derzeit werden soziale und ökologische Kosten in hohem Maße externalisiert.
- Es braucht Kostenwahrheit und Vermeidung von Externalisierungen dieser Kosten an die Gesellschaft.
- Ökologische Steuerreform nötig.
- Ressourceneffizienz führt zu besserer Lebensqualität (z.B. Emissionen etc.).
- Bildung und Information verstärken, Abholen der Produzenten und der KonsumentInnen.
- Vorbildwirkung des Einzelnen.
- Vorteile für innovative Unternehmen: Kosten / vorbeugender Umweltschutz, hohe Bindung an das Unternehmen, Auszeichnungen.
- Vorbildwirkung auch gegenüber Meinungsbildnern, Führungskräften, Eigentümern notwendig.
- Nachhaltige andere Unternehmenskultur entsteht.
- Wertschöpfung steigt.
- Neben dem Produktionsprozess spielen auch Beschaffung, Einkauf, Verwendung, Entsorgung und die Beschäftigten eine große Rolle.
- Die Arbeitsbedingungen beim Produktionsprozess haben große Bedeutung.

Ergebnispräsentation im Plenum

Unternehmen

- Produktion wird effizienter
- Lebenszyklus verlängern
- Ökologischen Fußabdruck beachten
- Soziales / kreatives / innovatives Umfeld stärken
- Nachhaltige andere Unternehmenskultur entsteht
- Bessere Wertschöpfung
- Qualitativ höherwertige Arbeitsplätze werden geschaffen

Gesellschaft

- Rahmenbedingungen ändern (Kostenwahrheit, Vermeidung von Externalisierungen)
- Neue Besitzmodelle
- Produktdienstleistungen
- Ökologische Steuerreform

Finanz & Wirtschaft

Statements / Anmerkungen zum Thema

- 80 % der Wirtschaftsleistung sind „Leistungen“ der Finanzwirtschaft, nur 20 % betreffen die Realwirtschaft
- Gier & Macht sind die Treiber dabei! „Wer reicher stirbt hat gewonnen!“
- Die Banken sind in einer Reputations- und Vertrauenskrise; die Berichterstattung über Finanzthemen in den Medien ist ausschließlich negativ.
- Die Überschuldung betrifft nicht nur den Staat, sondern auch die Bevölkerung (Jugendliche – Thema Handy-Kosten, Ratenkauf in Geschäften ...)
- Das Zins- und Zinseszinsystem ist NICHT aufrechtzuerhalten: es macht die Reichen reicher und die Armen noch ärmer.

Was soll wachsen?

- Aufsicht & Kontrolle
- Ethik: ökologische Investitionen, Mikrokredite
- Professionalität
- Verantwortung
- Entrepreneurship
- Transaktionssteuer
- Finanzierung von KMUs & Startups
- Intelligente Produkte, z.B. Finanzierung von erneuerbaren Energie-Anlagen, PV, Windräder
- Kooperativen, Genossenschaften: „Die Bank gehört den Kunden“
- Bildung in Finanzthemen
- Qualität der Finanzgeschäfte

Was soll abnehmen?

- Entkoppelung der Finanzwelt vom realen Leben
- Intransparenz, z.B. Abschaffung des Bankgeheimnisses
- Abhängigkeit von Banken, z.B. Notwendigkeit eines Gehalt-/Pensionskontos
- Investmentbanken, z.B. indem man sie besteuert
- WP-Leerverkäufe, Derivative
- Gruppenbesteuerung
- Quantität der Finanzgeschäfte

Bildung und Arbeitswelt

Statements / Anmerkungen zum Thema

- Bildung darf nicht elitär sein, sondern muss (gleiche) Chancen für alle bieten.
- Der derzeitige gute Beginn in Kindergarten und Volksschule darf nicht in NMS/AHS abreißen.
- Es sollte zentral um das Fördern individueller Stärken gehen, nicht nivellieren. Man muss die Kinder von Anfang an mehr LASSEN (individuelle Potenziale). Man muss ihnen mehr erklären, WOZU sie bestimmte Dinge lernen (kein sinnleeres Anhäufen von Wissen).
- Förderung von Kritikfähigkeit und Eigenverantwortung, soziale Kompetenzen und Persönlichkeitsbildung sind sehr wichtig.
- Die Berufsberatung sollte wesentlich früher beginnen (mit zehn Jahren).
- Die Fixierung auf die derzeitigen Hauptgegenstände ist aufzugeben.
- Der Unterricht muss fächer- und periodenübergreifend werden. Es sind mehr Praktika und Externships vorzusehen.
- Image und Bezahlung von LehrerInnen müssen angehoben und ihre Administrationsverpflichtungen reduziert werden.
- Mehr (teilweise) verpflichtende Aus- und Weiterbildung des Lehrpersonals sind nötig.
- Es braucht ein Bildungsangebot für das Recruiting, in dem die Sinnfrage eine große Rolle spielen muss.
- UNIs müssen mehr interdisziplinär und transuniversitär arbeiten.
- Nachhaltige Entwicklung muss in jeweils angepasster Form in der tertiären Bildung in allen Studienfächern enthalten sein.
- Indikatoren für Bildung sind notwendig (z.B. Wissensbilanz).
- Die Medien müssen ein positiveres Bild von Bildung und Arbeit kommunizieren. Anstelle von „Freizeit ist Freude, Schule und Arbeit sind Leid“ sollte treten:
- „Bildung und Arbeit sind cool!“
- In der Arbeitswelt muss das Schauen über den Tellerrand belohnt werden,
- es braucht dazu mehr und bessere Feedbackschleifen.
- Es braucht mehr und bessere Integrationspolitik.
- Die Bedeutung des zweiten Bildungsweges muss gestärkt werden.
- Das Image von Wissen und eines hohen Bildungsgrades muss gehoben werden.
- Es braucht verbesserte Unternehmenskulturen, in denen die Qualität der Arbeitsbedingungen einen wichtigeren Stellenwert einnimmt (weniger Überforderung, Arbeit besser teilen, mehr individuelle Förderung etc.) „Developing People and Business“.
- Der Mehrwert aus der Arbeit für den persönlichen Bereich muss erhöht werden.

Die fünf Punkte, die dem Plenum präsentiert wurden

- Das Bildungssystem muss viel mehr **soziale Kompetenz** bzw. **Herzensbildung** bieten.
- Man muss die **Kinder** von Anfang an **mehr lassen (individuelle Potenziale)** und die **Erwachsenen mehr bilden**.
- Die **Medien** müssen ein **positiveres Bild von Bildung und Arbeit** kommunizieren. Anstelle von „Freizeit ist Freude, Schule und Arbeit sind Leid“.
- **Nachhaltige Entwicklung** muss an den UNIs in jeweils angepasster Form **in allen Studienfächern** enthalten sein.
- **Unternehmenskulturen** müssen sich weiterentwickeln und die individuelle Förderung aller MitarbeiterInnen mehr in den Mittelpunkt rücken:
 - **Developing People and Business”**

Spirit in Business - Neues Denken und Neues Handeln

Statements / Anmerkungen zum Thema

Umweltmanagement, Sustainability und Corporate Responsibility Management sind bereits in Unternehmen vertreten. Und sie sind immer mehr ins Unternehmensgeschehen integriert. Trotzdem, so stellt die Arbeitsgruppe fest, fungieren sie oft nur als Begleitung eines *Business as Usual* und greifen selten in die tieferen Ausrichtungen eines Unternehmens ein. Was verloren gegangen ist, ist der Spirit, wirklich etwas zu bewegen. Wie kommt dieser Spirit zu Neuem Denken & Neuem Handeln zustande?

5 Punkte wurden erarbeitet und dem Plenum präsentiert

Wir brauchen ein neues Weltbild

- Wenn wir dasselbe denken wie bisher und agieren wie bisher können wir auch nur dasselbe erreichen wie bisher. Es braucht neue Paradigmen, neue Muster. Etwa, wie könnte Wohlstand ohne Wachstum aussehen (siehe dazu Tim Jackson).
- Ein Weltbild, das darauf basiert, dass alles mit allem verbunden ist, dass niemand abgekoppelt agieren kann, sondern alle Handlungen ineinander fließen und wir unsere Lebensweise vom Ressourcenverbrauch entkoppeln müssen.
- Sowie ein Weltbild mit neuen Demut und Bescheidenheit um das Thema der Gier unter Kontrolle zu bringt.

Wir brauchen spirituelle Führungskräfte

- In diesem neuen Weltbild sind spirituelle Führungskräfte gefragt. Sie brauchen Mut und stabile Persönlichkeit, um diesen Weg einzuschlagen und den Wandel durchführen können. Darin besteht auch eine Chance für junge Menschen der nächsten Generation, die frei von den bisherigen Mustern sind.

Wir brauchen eine Vision mit Herz

- Nur eine Vision, die nicht nur aus rationalem Denken entspringt, sondern in gleichem Maße voll Emotion ist und aus dem Herzen kommt, kann jene Begeisterung auslösen, die Grundvoraussetzung für Neues Denken & Handeln sind. Dann erübrigen sich viele der heute üblichen und Zeit aufwendigen Unternehmensprozesse wie die Entwicklung

von Benchmarks, repetitive Planrechnungen und umfassende Kennzahlensysteme und vieles mehr, weil die Ausrichtung klar ist und die Mitarbeiter vollkommen kongruent mit der Idee sind.

Wir brauchen mehr Freiräume als Basis für Neues Denken & Handeln

- Die derzeitigen Managementtools und interne Prozesse erlauben strukturiertes Arbeiten, schränken aber die Zeit für Kreativität ein. Freiräume schaffen ist wesentlich, um Intuition zuzulassen und zu neuem Denken zu kommen.
- Sie ermöglichen Zeit für ungewöhnliche Allianzen, wie zum Beispiel die Einbindung eines/r KünstlerIn in ein Strategieworkshop oder eines/r EnergetikerIn in ein Verhandlungsteam. Oder ganz verschiedene Professionen zusammenzubringen um neue Wege in einem neuen Weltbild zu gehen. Diese Allianzen brauchen Zeit und den Willen Zuzuhören.

Wir brauchen Liebe in der Arbeitswelt

- Über Liebe wird im Wirtschaftsleben normalerweise nicht gesprochen. Sie ist aber die Basis für all unser Tun! Die Liebe zum Leben, zu den Menschen, zu den MitarbeiterInnen, zur Erde, die Liebe zu dem, was man tut.
- Es geht um unsere Verbundenheit und im Einklang sein mit allem, was uns umgibt.
- Diese Liebe soll unser neues Wirtschaftsbild prägen.



Beispiel einer Ergebnisunterlage aus dem 2. Stakeholderdialog

Definitionen

Wachstum. Wachstum bedeutet in der Regel, dass etwas „mehr“ wird oder größer.

In unserem Alltag beschreiben wir Wachstum meist mit absoluten Zahlen.

Wirtschaftswachstum wird aber zumeist in Prozentzahlen beschrieben. Wenn eine Menge oder eine Zahl um den immer gleichen Prozentsatz, z.B. 3% wächst, dann ist das Ergebnis **exponentielles Wachstum**. Nach 24 Jahren hat sich diese Zahl verdoppelt. In hundert Jahren verneunzehnfacht.

Und wenn etwas weniger wird, ist von Schrumpfen die Rede, von **negativem Wachstum** oder **De-growth**. Wenn etwas weder wächst noch schrumpft, ist in der Wirtschaft oft von Stagnation die Rede und wir sprechen hier von **Null-Wachstum**.

Wirtschaftswachstum. Wirtschaftswachstum wird üblicherweise in Prozentzahlen beschrieben und die Messgröße ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP/GDP). Dieses fasst alle Produkte und Dienstleistungen in einer Kennziffer zusammen. Nicht alles was in diese Zahl einfließt ist „gut“. Jeder Autounfall, Umweltkatastrophen, Atomunfälle und Krankheiten sind „gut“ fürs Wachstum, denn sie steigern das Bruttoinlandsprodukt. Außerdem betrachten wir das BIP bzw. dessen Wachstumsraten normalerweise pro Kopf. Wenn das BIP gleich bleibt (Null-Wachstum), die Bevölkerung aber kleiner wird, kann das BIP immer noch steigen, sein Wachstum also positiv sein.

Wohlstand. Während also das Bruttoinlandsprodukt eine Einkommensgröße darstellt, die jedes Jahr aufs Neue erzeugt wird, ist Wohlstand auch eine Bestandsgröße. Das Haus, in dem das SERI untergebracht ist, wurde vor 150 Jahren gebaut. Heute ist es „Vermögen“. Es kann weiter genutzt werden, auch wenn der Bau neuer Häuser und damit auch das BIP zurück geht.

Qualitatives Wachstum. Wenn wir von qualitativem Wachstum sprechen, dann meinen wir den **Zuwachs an Lebensqualität**. Denn weder braucht mehr Lebensqualität immer mehr Wachstum noch führt Wachstum zwangsläufig zu mehr Wohlstand und Lebensqualität.

Indikatoren und Messung von Wachstum. Sowohl auf Ebene der EU („Beyond GDP“) als auch auf internationaler Ebene (OECD- Green Growth Strategy indicators – UNEP Green Economy indicators) sind seit einigen Jahren Messgrößen und Indikatoren entwickelt worden, die das BIP/GDP als politisch relevante Messgröße ergänzen und ein aussagekräftigeres Bild der Entwicklung vermitteln, das umweltrelevante, soziale, ökonomische Aspekte und Indikatoren für die Entwicklung der Lebensqualität beinhaltet.

Policy Paper Sustainable Leadership/Management

TeilnehmerInnen am 1. Stakeholder Dialog am 17.11. in Wiener Neudorf

Nr.	TeilnehmerIn		Unternehmen / Institution	Branche
1	Eisenriegler Sepp		RUSZ	Reparatur
2	Grasl Walter	MSc Geschäftsf.	Grasl	Druckerei
3	Jasch Christine	Dr.	IÖW	CSR
4	Kienzl Karl	Dr.	Umweltbundesamt	Information & Consulting
5	Kimmel Hubertus		Stift Klosterneuburg	Forstbetrieb
6	Lugitsch Florian		eLugitsch	Energie
7	Lunda Vivien	Mag.	INEX	Bildung
8	Martinuzzi Andre	PD Dr.	WU Wien	Wissenschaft
9	Olbrich Katharina		Innov.&Technologie Stadt Wien	Behörde
10	Poschacher Robert	Dipl.-Ing. Dr.	Baumax	Handel
11	Pra_ak Robert	Dr.		Consulting
12	Saahs Christine		Nikolaihof/Wachau	biol.dyn.Weinbau
13	Schöffmann Philipp		INEX	Bildung
14	Schuh Thomas	Mag. MSc	ÖBB	Verkehr
15	Vörös Tibor	DI	Graz Holding	Stadtbetriebe
	BAUM-Vorstand			
16	<i>Seeböck Walter</i>	Dr.	B.A.U.M.	NGO
17	<i>Hutterer Harald</i>	Dr.	Karuna Consult	Consulting
18	<i>Matousek Alfred</i>		REWE International AG	Lebensmittelhandel
19	<i>Plattner Gerald</i>	DI	ÖBf Österr. Bundesforste AG	
20	<i>Prazak Helga</i>	DI Dr.	OMV Power International	
21	<i>Scharf Walter</i>	DI	IG Innovative Umwelttechnik	Abfallwirtschaft
22	<i>Wallner Peter</i>	Dr.	Wallner&Schauer GmbH	Zukunftsberater

Policy Paper Sustainable Leadership/Management

TeilnehmerInnen am 2. Stakeholder Dialog am 27.03. 2012 in Wien

	TeilnehmerIn		Unternehmen / Institution	Branche
1	Eberl Maximilian	BA	INEX	Bildung
2	Eisenriegler Sepp		RUSZ	Reparatur
3	Fischer Paul		Fischer Sports	Sportartikel
4	Fonyad Elisabeth		UNI Wien	Universität
5	Freytag Elisabeth	Mag.	Lebensministerium	Ministerium
6	Kaufmann Christine		-	Künstlerin
7	Kirner Hartwig		Fair Trade Österreich	Handel
8	Much Martin	Mag.	OeNB	Bank
9	Pfusterschmid Sophie	Dipl.-Ing.	Bundesanst. f. Agrarwirtschaft	Behörde
10	Polsterer Nicole		SERI	Consulting
11	Poschacher Robert	Dipl.-Ing. Dr.	Baumax	Handel
12	Pra_ak Robert	Dr.		Consulting
13	Putzi-Schmid Barbara	Mag.	BMWfJ	Ministerium
14	Rasmussen Ulla	MSc.	VCÖ	
15	Riedl Barbara		IKEA	Handel
16	Sieböck Gregor		Weltenwanderer	
17	Siegl Helga-Doria			Künstlerin
18	Truppe Michaela	Mag.	ETA Umweltmanagement	Consulting
19	Ulmer Vera		Bank Austria	Bank
	BAUM-Vorstand			
20	<i>Seeböck Walter</i>	Dr.	B.A.U.M.	NGO
21	<i>Hutterer Harald</i>	Dr.	Karuna Consult	Consulting
22	<i>Hans Jachs</i>		OeNB	
23	<i>Matousek Alfred</i>		REWE International AG	Lebensmittelhandel
24	<i>Plattner Gerald</i>	DI	ÖBf Österr. Bundesforste AG	Forstwirtschaft
25	<i>Prazak Helga</i>	DI Dr.	OMV Power International	