

# **Wirtschaft & Natur: Eine Win-win-Situation für Unternehmen und Biodiversität?**

Wirtschaft & Natur Abendevent: Warum Erfolg auf Bäumen wächst!

Wirtschaftskammer Niederösterreich, St. Pölten  
16. Februar 2017

Dr. Julian Rode (Department Umweltpolitik)

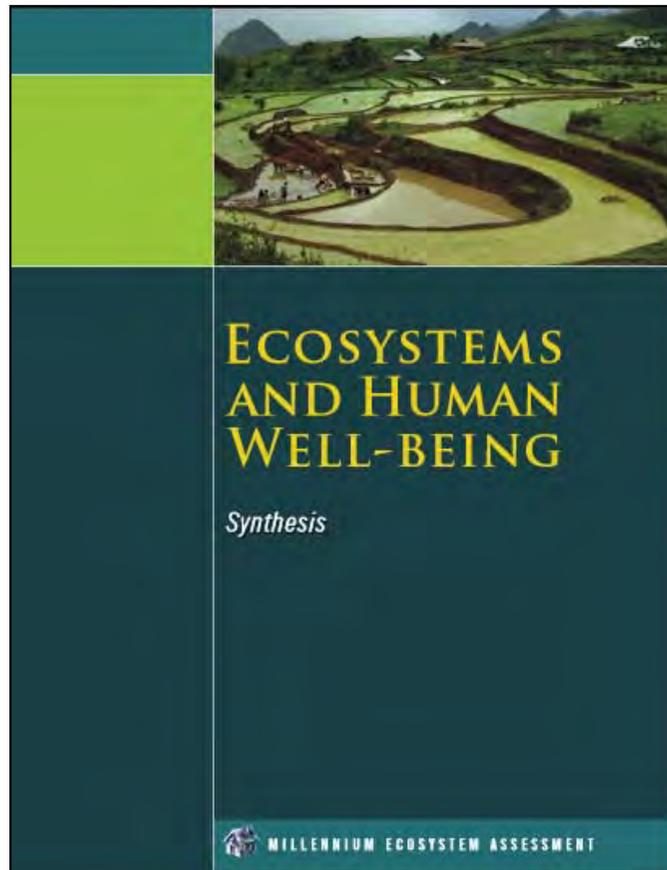
# Ziele (und Aufbau) meines Vortrages

1. Überblick über die breitere Debatte zu Win-Win für Wirtschaft und Natur
2. Reflexion zu Win-win für Unternehmen und Natur

# Win-Win für Wirtschaft und Natur...

- ... ist in den letzten Jahren hoch im Kurs.
- Der „Gewinn für die Wirtschaft“ betrifft jedoch unterschiedliche Aspekte.

# Schutz der Ökosysteme zur Armutsbekämpfung



*The degradation of **ecosystem services** is harming many of the world's poorest people and is sometimes the principal factor causing **poverty**.*

Millenium Ecosystem Assessment (2005), Synthesis Report

## Ökosystemleistungen (ecosystem services)

Produkte und Leistungen der Natur: Nahrung, Medizin, sauberes Wasser, Bestäubung, Schutz vor Katastrophen, Erholung, usw.

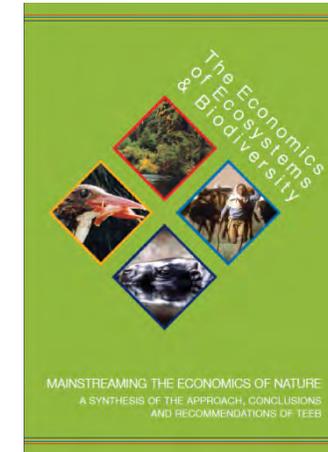
**(= Beiträge zu menschlichem Wohlergehen)**

# Biodiversität hat enormen ökonomischen Wert für die Gesellschaft



*Biodiversity in all its dimensions – the quality, quantity and diversity of ecosystems, species and genes – needs to be preserved not only for societal, ethical or religious reasons but also for the **economic benefits** it provides to present and future generations.*

TEEB (2010), The Economics of Ecosystems and Biodiversity Synthesis Report



*Biologische Vielfalt und die Leistungen der Natur – unser **Naturkapital** – bilden die Grundlage für menschliches Wirtschaften und Wohlergehen. Natur ist neben dem Humankapital und dem Sachkapital ein Vermögen, aus dem wertvolle Leistungen hervorgehen.*

Naturkapital Deutschland – TEEB DE (2012)

Die Werte der Natur müssen noch mehr berücksichtigt werden - in Entscheidungen, Politikinstrumenten, Institutionen!

# Ökonomischer Fortschritt und gesunde Umwelt sind möglich!



*A **green economy** (GE) can be defined as one that results in improved human well-being and social equity, while significantly reducing environmental risks and ecological scarcities.*

UNEP (2010)

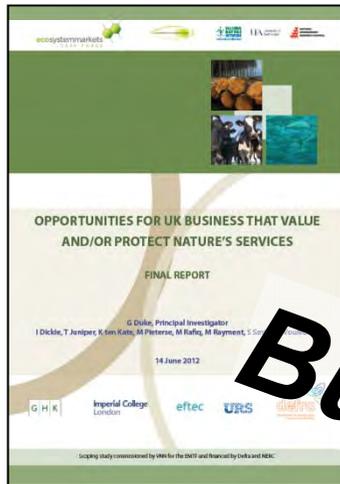
*Governments that put **green growth** at the heart of development can achieve sustainable economic growth and social stability, safeguard the environment and conserve resources for future generations.*

OECD (2013)

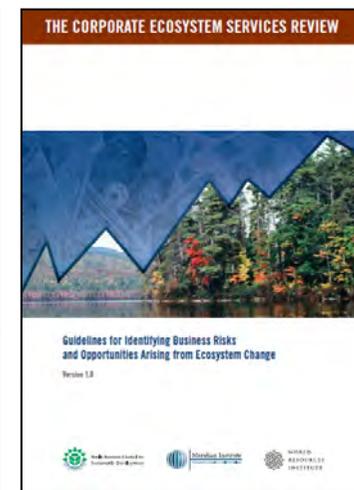
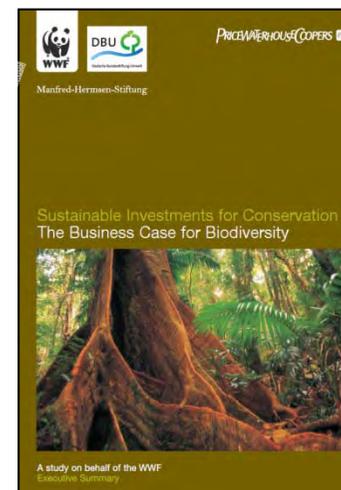
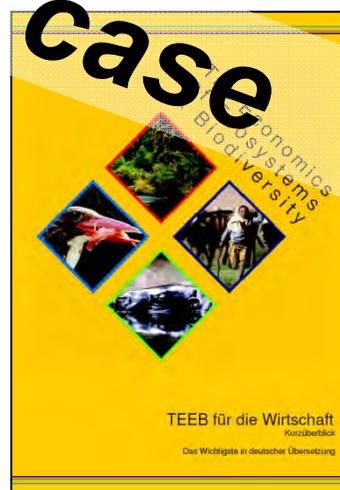
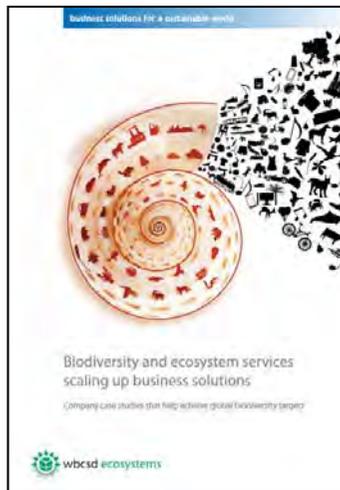
*...**green investments and policies**...could offer an alternative development pathway, one that is **pro-growth, pro-jobs and pro-poor.***

UNEP (2010)

# Auch für Unternehmen lohnt es sich, Umwelt und Natur zu schützen!



**Business case**



# Oder ist Win-win nur Wunschdenken?

*In the **Green Economy** the poor are promised that environmental riches, recycled materials and renewable energy can be exploited without environmental impact, and technology always finds a substitute for what runs out. All things can be made compatible by **ignoring the basic contradiction between ever-expanding human activity and a finite world**. The illusion grows thinner every day,...*

Spash (2012) Green Economy, Red Hering

*...if private companies could make good money by protecting biodiversity, the problem would not be as dramatic as it is today. The **standard business case against biodiversity** is that, from a business point of view, destroying biodiversity is far more attractive than conserving it.*

De Man, R. (2006), Some Comments on 'Building Biodiversity Business: Report of a Scoping Study'

*Win-win is the political rhetoric of the day, but every manager knows that this tends to be rather the exception than the rule, and that **the real world is actually full of dilemmas and conflicting goals**.*

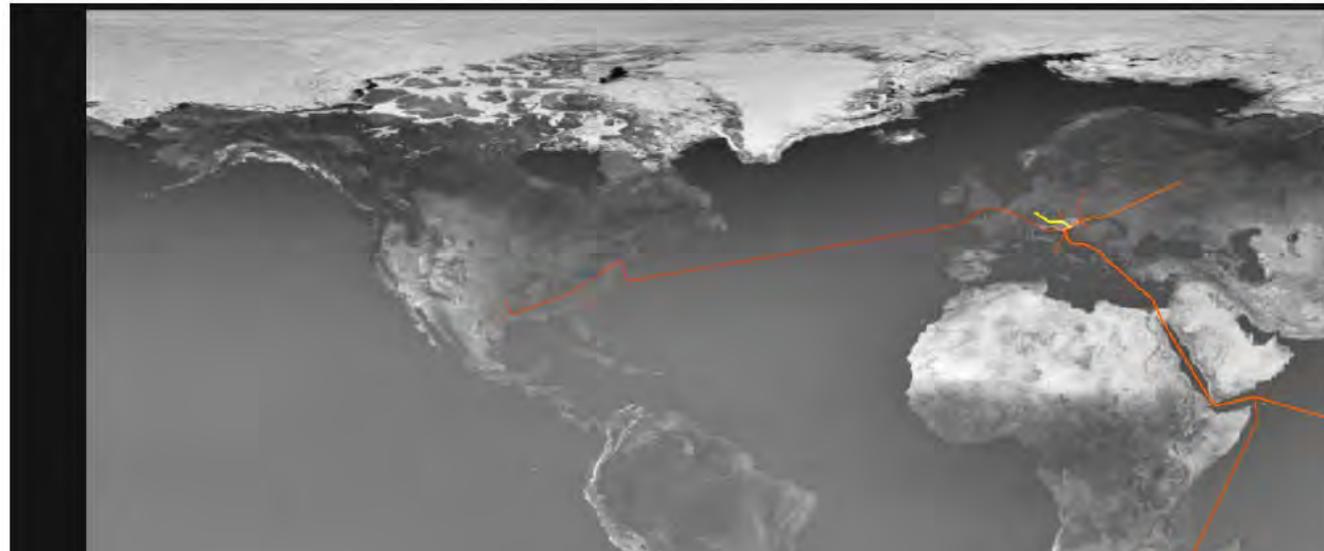
Steger et al. (2006) IMD Perspectives for Managers No. 139

# Industrie und Konsum in Europa befördern Biodiversitätsverlust weltweit

Mapping the Global Footprint

<http://worldmrio.com/biodivmap/>

Lenzen et al (Nature, 2012):  
International trade drives biodiversity threats in developing nations

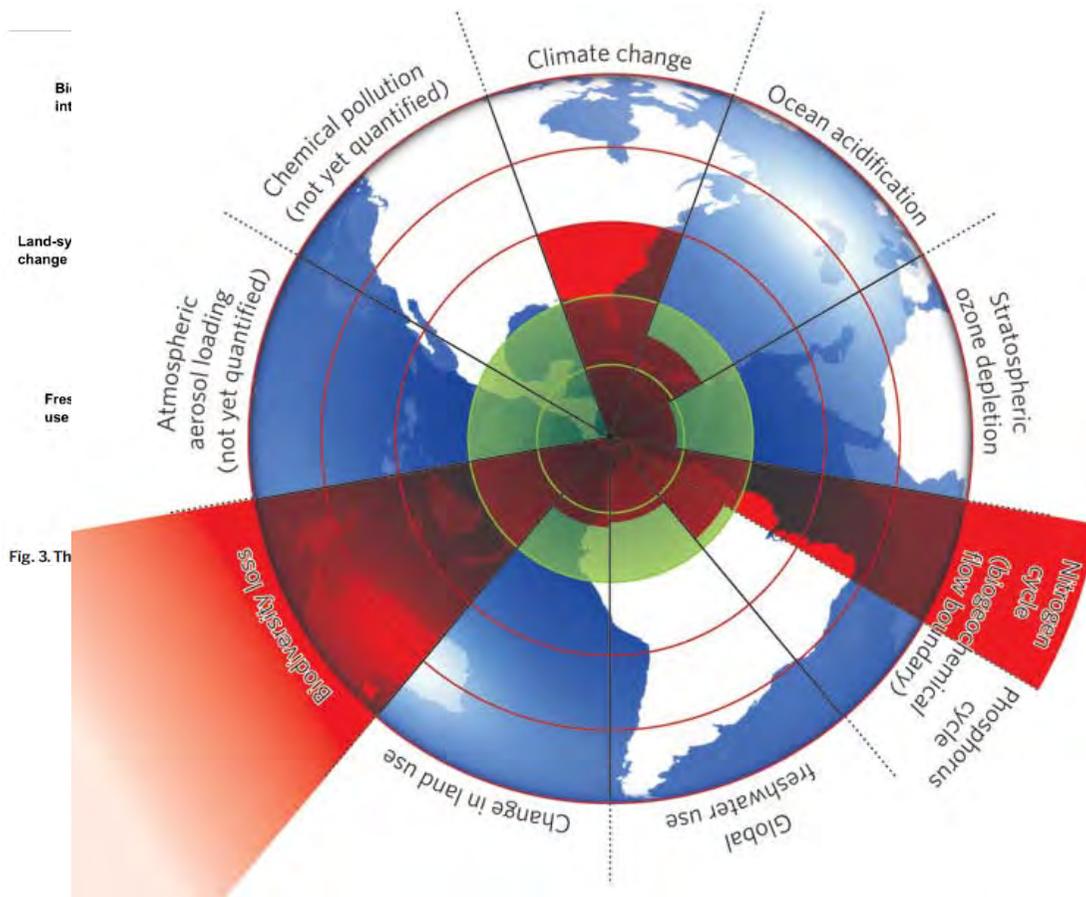


Consumption in Austria threatens 114 species domestically and 62 species abroad

It has	114	Red List species threatened by <code>getDomThreats(getCountryA3(fromCo))</code>
impacts	62	species in Germany (6), Russia (2), Sri Lanka (2), China (2), Madagascar (2)
exports	32	implicated products to Germany (6), Italy (4), USA (3), Switzerland (2), UK (2)
Species Footprint	145	
<b>Net importer</b>		<b>Net importer</b>

Studie von PUMA zu ökologischem Fußabdruck (2010): 94% aller negativen Umweltauswirkungen über die Lieferkette

# Wir gefährden den Planeten – und damit uns selbst!



Rockström et al. (Nature, 2009), A safe operating space for humanity

- „Planetary Boundaries“ als kritische Werte für das globale System
- Faktoren eng verknüpft

JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES

Journal of Management Studies 50:2 March 2013  
doi: 10.1111/j.1467-6486.2012.01073.x

Planetary Boundaries: Ecological Foundations for Corporate Sustainability

Gail Whiteman, Brian Walker and Paolo Perego

Rotterdam School of Management, Erasmus University; The Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation (CSIRO) Sustainable Ecosystems and Stockholm University; Rotterdam School of Management, Erasmus University

“We call for more systemic research that measures the impact of companies on boundary processes...”



# Erinnerung: Ziele (und Aufbau) meines Vortrages

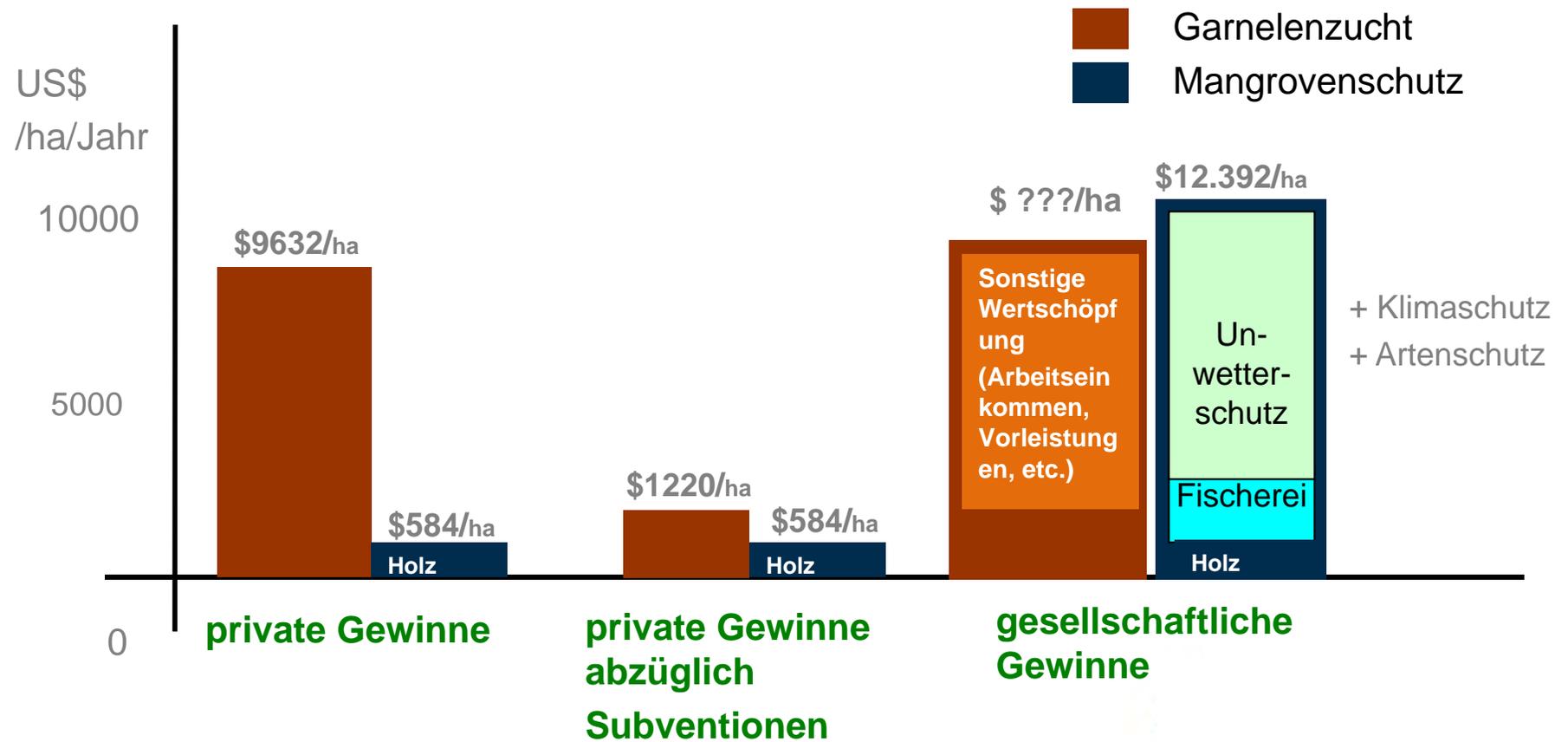
1. Überblick über die breitere Debatte zu Win-Win für Wirtschaft und Natur
  - Ein Trend der letzten 10-15 Jahren
  - Verschiedene Blickwinkel, darunter auch die Unternehmensperspektive
  - Offene Debatte, wie weit man mit „Win-win“ globale Umweltprobleme lösen kann
2. Reflexion zu Win-win für Unternehmen und Natur

# Win-win für Unternehmen und Natur: drei Aspekte

1. Situationen und Handlungsauswirkungen umfassend verstehen: Wer gewinnt und verliert - wie, wo, und wann?
2. Unternehmensziele und Motive für nachhaltiges Handeln: Wann *lohnt sich* der Naturschutz?
3. Win-wins muss man aktiv suchen - und das geht am besten mit Partnern!

# 1. Situationen und Handlungsauswirkungen umfassend verstehen: Wer gewinnt und verliert - wie, wo, wann?

Ein Beispiel aus TEEB, basierend auf Sathirathai & Barbier 2001



# Wer gewinnt und wer verliert?

- **Wer** ist betroffen: welche gesellschaftlichen Gruppen und Akteure?
- **Wo** entsteht Wertschöpfung und Wertverlust (auch international Nord-Süd)?
- **Wann** wird verloren oder gewonnen, auch auf lange Sicht (zukünftige Generationen)?
- Welche Lebewesen sind betroffen?

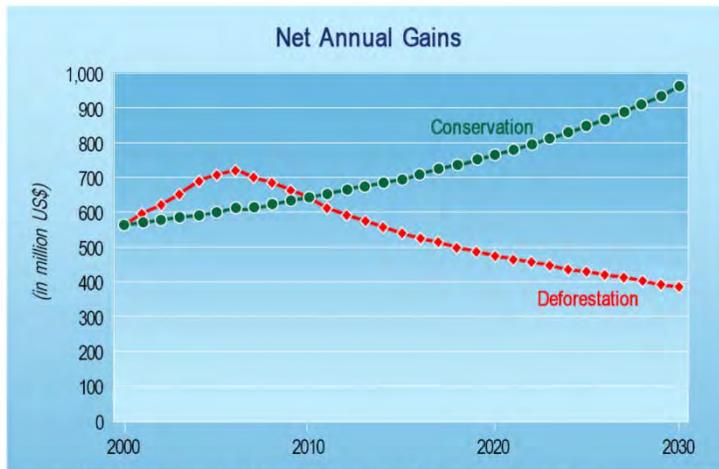
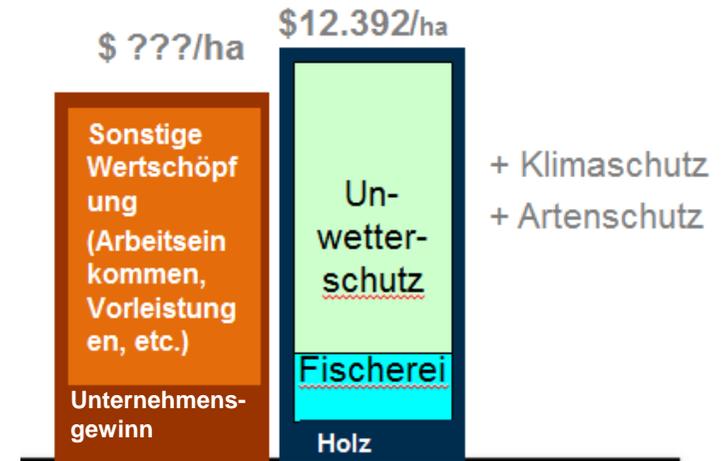


Figure 2. Net gains over time of Leuser National Park for the two scenarios.

Quelle: Beukering et al. 2002

- Garnelenzucht
- Mangrovenschutz



gesellschaftliche Gewinne



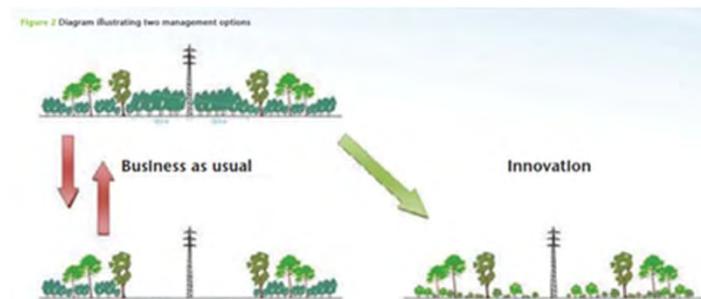
## 2. Unternehmensziele und Motive für nachhaltiges Handeln: Wann *lohnt sich* der Naturschutz?

- a. Wenn er direkt Gewinn bringt
- b. Wenn er langfristig finanziellen Erfolg sichert
- c. Wenn er breiteren Unternehmenszielen dient

# a) Naturschutz kann direkt Gewinn bringen

Eine Vielzahl von **Fallbeispielen von „business cases“**, z.B.

- Naturnaher Tourismus: viele Reisende kommen wegen intakter Natur
- Veolia Water (Lyon Einzugsgebiet): Maßnahmen zum Schutz der Ökosysteme führen über verbesserte Trinkwasserqualität zu Gewinnsteigerung (WBCSD Fallbeispiel)
- Leipziger Stadtwerke: Kostenersparnis durch Kompensationszahlungen an Bauern für pestizidfreie Landwirtschaft (TEEB DE Fallbeispiel)
- EDP (Energias de Portugal's): Entfernung invasiver Arten in den Stromleitungskorridoren spart Instandhaltungskosten (WBCSD Fallbeispiel)



- Wasserkraftwerksbetreiber PLN-SBDL (Sumberjaya, Indon.): Aufforstung im Flussoberlauf spart Kosten über Reduktion der Sedimentablagerungen (RUPES 2013)

## **b) Naturschutz kann langfristig finanziellen Erfolg sichern**

Business & Biodiversity Initiativen betonen „strategische Treiber und Chancen“:

- Drohende Ressourcenknappheit (z.B. Holz, Fisch, Wasser)
- Öffentliches Image und Reputation (auch ggü. Konsumenten)
- Neue Märkte und Produkte (z.B. zertifizierte Produkte, naturbasierte Innovationen)
- Mitarbeiterrekrutierung und –motivation
- Auflagen von Kreditgebern (z.B. Equator Principles)
- Auf zukünftige Regulierung vorbereitet sein

## c) Naturschutz ist im Einklang mit breiteren Unternehmenszielen

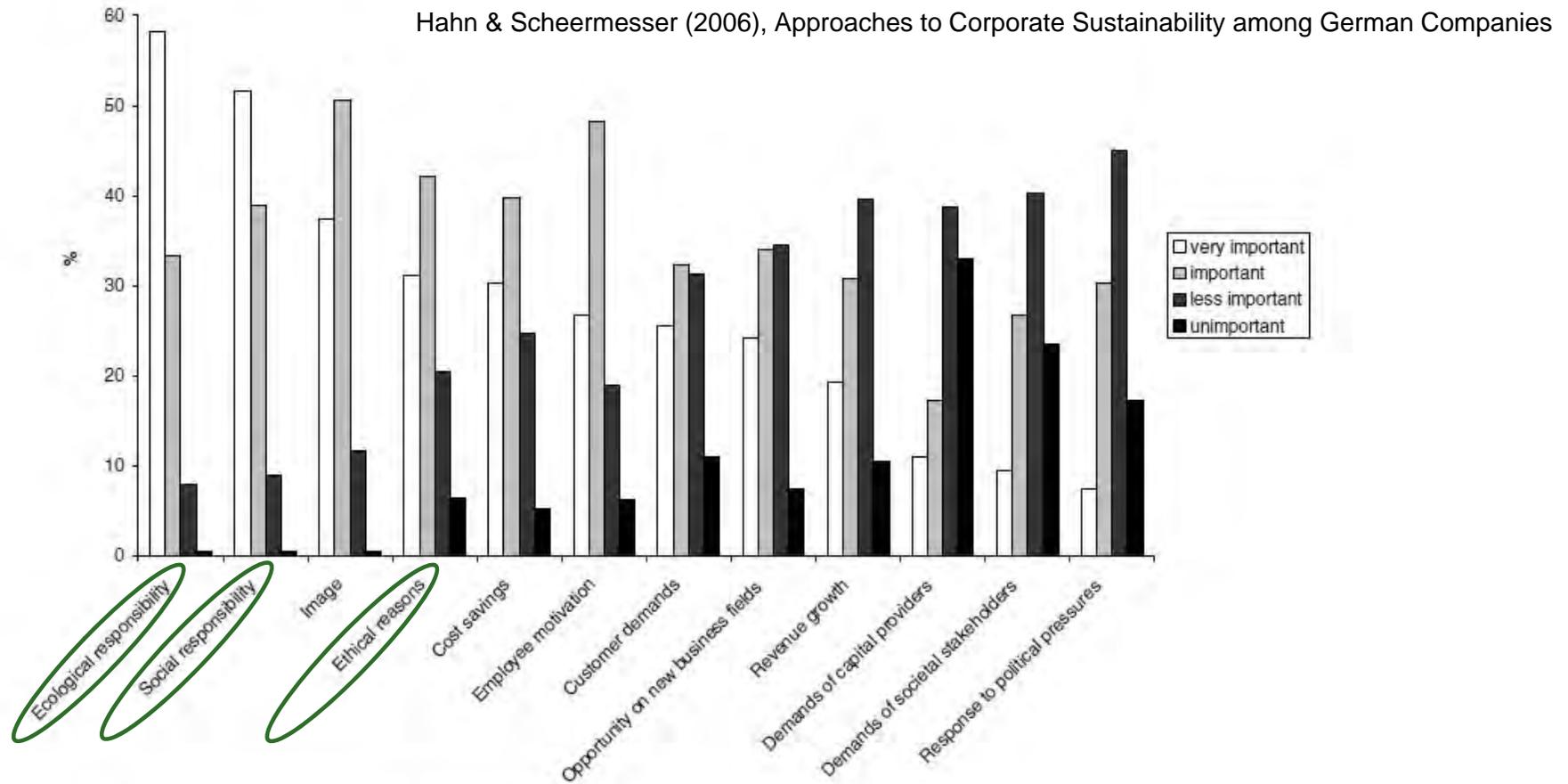


Figure 4. Reasons for corporate sustainability activities

- Unternehmen haben unterschiedliche (und zumeist mehrere) Motive für Nachhaltigkeitsbemühungen

# Von Unternehmen formulierte Leitlinien und Nachhaltigkeitsziele...

XXX steht für einen **partnerschaftlichen** Umgang mit der Natur und mit den Menschen...damit mit unseren Produkten auch die Menschen von morgen die Natur genießen können.

Unser Anspruch als Unternehmen ist es, **mit Anstand** gegenüber der Gesellschaft und Natur zu wirtschaften und **Verantwortung** zu übernehmen.

Die XXX übernimmt **Verantwortung** für ihre Aktivitäten. Dabei haben wir die gesamte Wertschöpfungskette im Blick.

Corporate Citizenship -  
nachhaltige  
Unternehmensführung -  
Triple bottom-line –  
Stakeholder-Ansatz -  
Social/ecological  
Entrepreneurship - Licence  
to operate - ethical  
business

Der nachhaltige Weg ist weit. Wir gehen ihn Schritt für Schritt und kommen jedes Jahr ein Stück voran.

Wir bei XXX haben ein klares Ziel: 100% nachhaltiges Handeln.

Der **sorgsame** Umgang mit der Umwelt und den natürlichen Ressourcen, ein **respektvolles** Miteinander ...

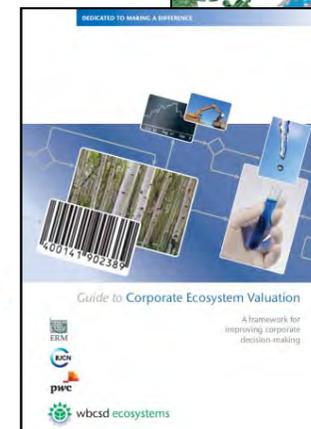
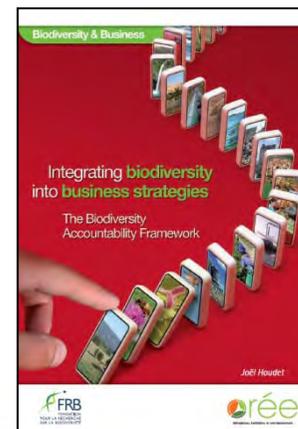
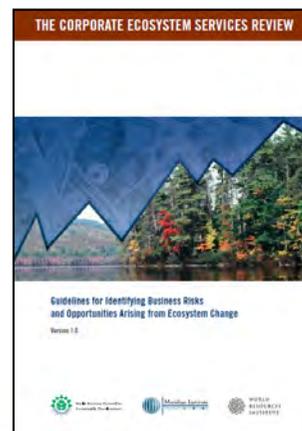
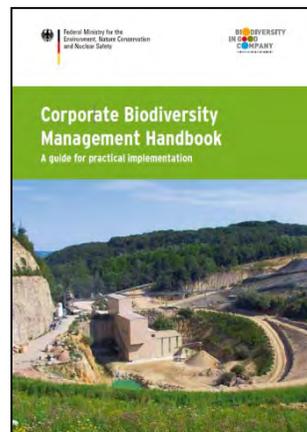
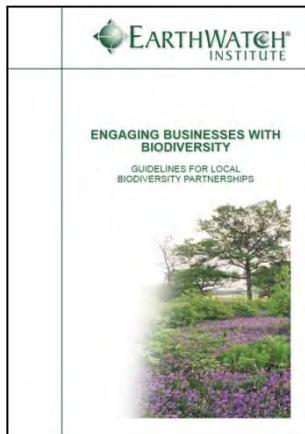
**...legen nahe, dass nicht nur finanzieller Erfolg zählt.**

# *Lohnt sich der Schutz der Natur?*



# 3. Win-wins muss man aktiv suchen, und das geht am besten mit Partnern!

- Partnerschaften mit Behörden, Verbänden, NGOs, Wissenschaft, Business Schools, Medien, etc.
- Biodiversity Check als ein Beispiel.
- Beispiel Unilever
  - 100% nachhaltige Teeproduktion bis 2020 (Malawi, Tanzania, Vietnam, etc.)
  - Nachhaltiges Palmöl (z.B. via Tropical Forest Alliance 2020)

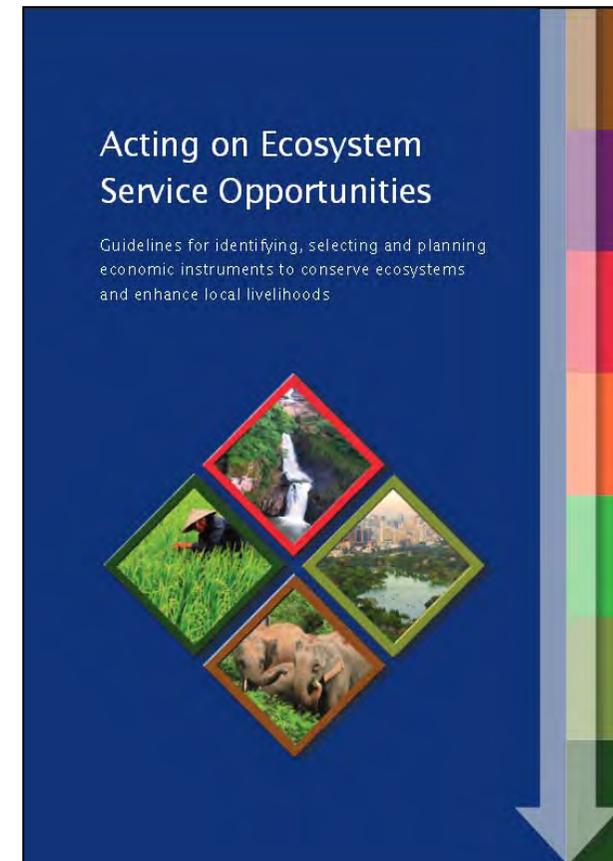


# Unser Fazit zu Win-win für lokale Entwicklung und Natur im Kontext der Entwicklungszusammenarbeit

*‘Win-win solutions’ that combine conservation with **business objectives** may not always be found, but it is definitely worth looking for them.*

*Embarking on this search in collaboration with stakeholders may often lead to surprising and innovative ideas.*

Rode and Wittmer, 2015



Vielen Dank für die  
Aufmerksamkeit!