

Nachhaltigkeit in der Informations- und Kommunikationsindustrie

Das Bewusstsein steigt

Das Konzept der Nachhaltigkeit zieht zumindest als Leitbild in die Informations- und Kommunikationsindustrie ein. Eine Unternehmensbefragung zeigt den aktuellen Stand der Verbreitung auf und skizziert weitere Schritte, um die Entwicklung voran zu treiben.

Von Siegfried Behrendt und Mario Tobias

Die Leitbilddiskussion um nachhaltiges Wirtschaften ist längst aus dem akademischen Bereich herausgewachsen und hat Einzug in die Praxis von Unternehmen und Verbänden gehalten. Zahlreiche Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen belegen dies ebenso wie politische Schwerpunktprogramme der EU und der Bundesregierung. Nicht zuletzt zeigen Fachkonferenzen wie die Electronic goes green 2004+ in Berlin, die Telecommunications and Sustainability in Budapest und Forschungsprogramme wie das vom BMBF geförderte Projekt Nachhaltigkeit in der Informations- und Kommunikationstechnik (NIK), dass eine Zusammenarbeit von Wissenschaft und Elektronikindustrie fruchtbare Ergebnisse bringt (Behrendt 2002, Behrendt et al. 2004, Tobias et al. 2003).

Vor diesem Hintergrund haben das Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) und der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) eine Umfrage zur Bedeutung des Nachhaltigkeits-Leitbildes für die Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnik (ITK) durchgeführt. Sie entstand im Rahmen des BMBF-Projekts Innovationspfade für eine nachhaltige Informationsgesellschaft. Die wesentlichen Aussagen der Befragung werden hier vorgestellt (1).

Zielsetzung und Erhebung

Ziel der Befragung war es, den Stand nachhaltigen Wirtschaftens in der ITK-Wirtschaft in Deutschland zu dokumentieren. Fördernde und hemmende Faktoren sollten identifiziert, Visionen ermittelt und weitergehende Perspektiven aufgezeigt werden. Zielgruppe der Erhebung waren international agierende Firmen der Branche und deren Vertriebsgesellschaften in Deutschland. Im Rahmen der Umfrage wurden 60 vorwiegend Hardware produzierende Mitgliedsfirmen des BITKOM angeschrieben, insgesamt 38 Unternehmen haben den Fragebogen

beantwortet, was einer Rücklaufquote von 63 Prozent entspricht. In Anlehnung an eine Untersuchung des Instituts für Wirtschaftsforschung (ifo) zur Umsetzung des Leitbildes einer nachhaltigen Entwicklung deutscher Unternehmen des produzierenden Gewerbes wurde eine Typenbildung zum Grad der Nachhaltigkeitsorientierung der Unternehmen vorgenommen (ifo 2002). Unterschieden wurden die drei Unternehmenstypen:

- Managementorientiert: Unternehmen hat oder plant Einsatz der Managementsysteme ISO 14001, EMAS oder anderer integrierter Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme. Bei der Beschaffung werden regelmäßig ökologische Kriterien berücksichtigt, es erfolgt eine Umweltberichterstattung für Anspruchsgruppen.
- Nachhaltigkeitsorientiert: Unternehmen verfügt über ein Umweltmanagementsystem und integriert daneben weitergehende ökologische und soziale Anforderungen in sein Managementsystem und/oder Beschaffungswesen, es existiert ein Verhaltenskodex.
- Passiv: Unternehmen erfüllt keines dieser Kriterien.

Ergebnisse

Für die ITK-Branche lassen sich folgende Kernaussagen identifizieren:

- Das Leitbild Nachhaltigkeit spielt bei großen Unternehmen der ITK-Wirtschaft bereits eine wichtige Rolle und nimmt an Bedeutung weiter zu.
- Über 60 Prozent der Unternehmen sind umweltmanagementorientiert.
- Knapp ein Viertel der Unternehmen berücksichtigt darüber hinaus systematisch soziale Kriterien in Geschäftsprozessen und verhält sich nachhaltigkeitsorientiert.
- Nur 13 Prozent der Unternehmen müssen als passiv eingestuft werden, tragen also weder ökologischen noch sozialen Belangen in verstärktem Maße Rechnung.
- Aspekte wie Selbstverständnis der Geschäftsführung, Eigeninitiative der Beschäftigten und interner Informationsfluss werden als wesentliche, selbst gestaltbare Faktoren genannt. Im positiven Fall fördern sie die Nachhaltigkeitsorientierung, im negativen Fall können sie stark hemmen.
- Ökologische Belange sind verglichen mit Sozialthemen bereits weitgehend in Unternehmensprozesse integriert.
- Trotz bereits erreichter Erfolge bestehen weiterhin erhebliche Umweltentlastungspotenziale auf Branchenebene, vorrangig bei umweltverträglicher Produktgestaltung und Systemlösungen zu einer umweltschonenden Produktnutzung. →

*„ITK-Unternehmen
beschäftigen sich aus
vielschichtigen Motiven
mit nachhaltigem
Wirtschaften.“*

- Akteurskooperationen kommt bei der Erschließung von Umweltentlastungs- und Nachhaltigkeitspotenzialen in Innovationsprozessen eine zentrale Bedeutung zu. Besonders wichtig ist in diesem Kontext auch die Rolle von Verbänden hinsichtlich Information und Kommunikation sowie zur Abstimmung umwelt- und wirtschaftspolitischer Instrumente.

Diskussion

Im Fragebogen wurde in Anlehnung an den Brundtland-Report von 1987 eine allgemeine Definition für nachhaltige Entwicklung vorgegeben. Sie sei ein Prozess ständigen Wandels, dessen Ziel darin bestehe, die Ausbeutung der Ressourcen, den Investitionsfluss, die Ausrichtung der technologischen Entwicklung und die institutionellen Veränderungen mit den künftigen und gegenwärtigen Bedürfnissen in Einklang zu bringen. Über 90 Prozent der Befragten messen dieser Aufgabe eine wichtige oder sehr wichtige Bedeutung zu.

Bei dieser großen Mehrheit ist indes zu berücksichtigen, dass ein sehr breites Verständnis und eine individuelle Interpretationsbreite des Leitbilds vorliegt, was die Einbeziehung und Gewichtung der Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales angeht. Vor dem Hintergrund einer erheblichen Bandbreite unterschiedlicher Technologien, Produkte, Services und Unternehmensstrukturen ist dies kaum verwunderlich. Abgesehen von den Schwierigkeiten, die sich aus dem unterschiedlichen Verständnis ergeben, etwa die eingeschränkte Möglichkeit von Benchmarks oder Übertragung von Best-practises, eröffnet diese Vielfalt aber auch Chancen, um ITK-Produkte und Dienstleistungen als Auslöser nachhaltigen Wirtschaftens in anderen Branchen einzusetzen. Beispiele dafür sind eine verbesserte Prozesssteuerung oder die Substitution von Reisen durch Telekommunikation.

Auf die Frage, warum sich ITK-Unternehmen mit dem Thema nachhaltiges Wirtschaften beschäftigen, ergeben sich vielschichtige Motive. Als häufigste Gründe werden die Umweltverantwortung des Unternehmens (90 Prozent), die Imageförderung (87 Prozent) und Kundenanforderungen (87 Prozent) genannt. Es folgen Chancen auf neue Geschäftsfelder, Kostenvorteile und Motivation von Beschäftigten. Die geringsten Impulse liefern Anforderungen von Stakeholdern und das politische Umfeld. Lediglich 18 Prozent sehen hierin ein sehr wichtiges, dafür 42 Prozent ein wichtiges Motiv. Mehr als ein

Drittel der Firmen stufen politische Anforderungen als eher nicht wichtig, fast sechs Prozent als bedeutungslos ein.

Vor dem Hintergrund von Imageförderung und Kundenverantwortung wurde die Bedeutung der Unternehmensberichterstattung erfragt. Umweltberichte haben dabei bereits eine weite Verbreitung gefunden, knapp 83 Prozent messen diesen eine wichtige oder sehr wichtige Bedeutung zu. Die Integration von sozialen und wirtschaftlichen Aspekten befindet sich noch in einem früheren Entwicklungsstadium, das von zwei Dritteln der Antwortenden allerdings als ein wichtiges oder sehr wichtiges Handlungsfeld für die Zukunft angesehen wird. 17 Prozent der befragten Firmen messen der Nachhaltigkeitsberichterstattung keine Bedeutung zu.

Die Global Reporting Initiative (GRI), die 1997 mit dem Ziel gegründet wurde, einen gemeinsamen Rahmen für Unternehmensberichte zur Nachhaltigkeit zu etablieren, wird von gut der Hälfte als sehr wichtig (13 Prozent) oder wichtig (39 Prozent) eingestuft. Hingegen hält mehr als ein Viertel der Firmen die GRI-Guidelines für eher nicht wichtig, 22 Prozent sogar für bedeutungslos. Dass rund ein Fünftel aller Befragten diese Frage nicht beantwortet hat, lässt darauf schließen, dass die GRI zum Teil noch nicht bekannt ist oder aber in der Bedeutung nur schwer einzuschätzen ist. Zu diskutieren wäre in diesem Zusammenhang die Frage, ob der Berichterstattung allgemein oder der Initiative als solcher wenig Bedeutung beigemessen wird. Erfahrungen der Industrieverbände zeigen, dass die Mehrzahl an Unternehmen keineswegs die Berichterstattung als solche kritisiert. Vorbehalte existieren aber gegenüber einem genormten Reporting. Den meisten Unternehmen scheinen an dieser Stelle die Freiheitsgrade bei der Berichterstattung besonders wichtig zu sein. Kostenargumente einer gegebenenfalls notwendigen externen Validierung werden als Hemmnis gesehen.

Deutlich wird aus der Befragung zudem, dass zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien auf Unternehmens- und Branchenebene verstärkt firmenübergreifende Kooperationen geschlossen und Verbraucher angesprochen werden müssen (Tobias/Pongratz 2004). In diesem Zusammenhang wird Stakeholder-Dialogen und Verbandsaktivitäten eine besondere Bedeutung zugesprochen.

Vergleichbarkeit

Es liegt in der Natur von Unternehmensbefragungen, dass eine Vergleichbarkeit aufgrund des jeweiligen Erhebungsjahres, des Aufbaus der spezifischen Fragebögen sowie der teils sehr unterschiedlichen Branchen stets schwierig ist. An dieser Stelle soll dennoch eine Untersuchung des ifo-Instituts für das produzierende Gewerbe vergleichend herangezogen werden. Bei dieser lag der Anteil der nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen bei knapp 18 Prozent, als umweltmanagementorientiert wurden 25 Prozent, als passiv mehr als 47 Prozent der Unternehmen identifiziert.

Die Anzahl aktiver Firmen dieser Erhebung liegen gegenüber der des ifo-Instituts deutlich höher. Allerdings ist bei der

Interpretation zu berücksichtigen, dass es sich bei der ITK-Industrie um eine vergleichsweise junge und moderne Industriebranche handelt. Aufgrund der internationalen Orientierung der Branche konnten in Deutschland zudem vornehmlich die Vertriebsgesellschaften der Unternehmen befragt werden. Klassische Umweltthemen wie Abwassermanagement oder Luftverschmutzung spielen hier – im Vergleich zum produzierenden Gewerbe – zumeist nur eine eingeschränkte Rolle. Die Abfallwirtschaft bezieht sich wesentlich auf die mittlerweile durch das Elektroggesetz geregelte Verwertung von Altgeräten sowie die Entsorgung von Verpackungen und Batterien (Bullinger/Lückefett 2005). Hingegen haben soziale Aspekte bei Unternehmen der Kommunikationstechnik eine besonders hohe Bedeutung.

Die Selbsteinschätzungen von Unternehmen, die im vorliegenden Fall zumeist durch die Verantwortlichen für Umwelt- und Qualitätsmanagement vorgenommen wurde, weist allgemein Vorteile und Schwierigkeiten auf. Positiv ist zu vermerken, dass gerade diese Personen die Prozesse und Strategien eines Unternehmens kennen. Sie können auf Trends aufmerksam machen und Entwicklungen anstoßen, sie sind für die Dokumentation und die Einhaltung der im Fragebogen bezeichneten Systeme verantwortlich.

Allerdings bergen Self-Assessments stets die Gefahr einer Selbstüberschätzung der eigenen Leistungen oder zumindest eine Befangenheit, wenn es um den Benchmark der eigenen Firma mit einem Mitbewerber geht. Diese Einschränkung konnte in der vorliegenden Studie teilweise vermieden werden, da die Ergebnisse vertraulich behandelt wurden und zugleich ein persönlicher Kontakt zwischen Fragesteller und Antwortendem bestand.

Einschränkend ist zu vermerken, dass bei der Befragung kleine und mittlere ITK-Unternehmen aus methodischen Gründen kaum berücksichtigt werden konnten. Hier dürfte sich die Bedeutung des Nachhaltigkeitsdiskurses deutlich anders darstellen. Während etablierte Unternehmen der Old Economy Umweltschutzaufgaben in der Regel in das Unternehmen integriert haben und gegenüber Nachhaltigkeitsfragen sehr sensibilisiert sind, mag dieses auf kleinere oder jüngere Unternehmen möglicherweise nur eingeschränkt zutreffen. Allerdings zeigen eine Reihe an Softwarefirmen und Serviceprovidern seit einigen Jahren erhebliche Aktivitäten, Umwelt- und Nachhaltigkeitsanforderungen systematisch in Unternehmensprozesse zu integrieren.

Schlussfolgerungen

Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung spielt bei großen Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnik in Deutschland bereits eine wichtige Rolle und nimmt an Bedeutung zu. Die Zahl nachhaltigkeitsorientierter Firmen dürfte in den kommenden Jahren weiter steigen, da mehr als die Hälfte der Befragten davon ausgeht, dass die ökologische und soziale Verantwortung von Unternehmen künftig an Bedeutung gewinnt.

Das alles sind gute Perspektiven. Sie dürfen allerdings nicht darüber hinweg täuschen, dass zwischen Anspruch und Wirklichkeit noch häufig ein Graben liegt, der unter den aktuellen Rahmenbedingungen von Wirtschaft und Gesellschaft nicht ganz einfach zu überwinden ist. Gesellschaftspolitisch werden Themen wie Arbeitslosigkeit, Sicherheit oder Standortsicherung wichtiger sein oder zumindest mehr Aufmerksamkeit erhalten als ein Thema wie Nachhaltigkeit (Tobias/Pongratz 2004). Es bleibt hier die gemeinsame Aufgabe von Vorreiter-Unternehmen, Verbänden und Wissenschaft, zu kommunizieren, dass nachhaltiges Wirtschaften einen deutlich positiven Effekt auf die dauerhafte und nachhaltige Wirtschaftskraft eines Unternehmens haben kann.

Eine wichtige Aufgabe ist in diesem Zusammenhang die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die frühe Phase von Innovationsprozessen. Ein proaktives, nachhaltigkeitsorientiertes Innovationsmanagement erfordert dabei unter anderem die Ausarbeitung und Orientierung an einem unternehmens- und branchenspezifischen Nachhaltigkeitsleitbild, die leistungsfähige technologische und gesellschaftliche Früherkennung von Themen und Trends, die Bewältigung komplexer Lebenszyklus- und Systembetrachtungen, die enge Zusammenarbeit mit Entwicklungs- und Marktpartnern sowie die Integration relevanter Stakeholder in den Innovationsprozess.

Literatur

- Behrendt, S.: *Roadmap für eine nachhaltige Informations- und Kommunikationstechnik*. In: Umwelt-Wirtschafts-Forum 10.3.2002. S. 36–39.
- Behrendt, S./ Erdmann, L.: *Roadmap für eine nachhaltige IuK-Technik*. In: Fiff Kommunikation. 4, 2004. S. 35–39.
- Bullinger, M./ Lückefett, H.-J. (Hrsg.): *Das neue Elektroggesetz*. Baden-Baden 2005.
- ifo – Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.): *Auswertung der Unternehmensbefragung für das Verbundprojekt „Ökoradar“*. München 2002.
- Tobias, M./ Dompke, M./ Lahser, K.: *Heading for a sustainable technology – Roadmap on Information and Communications Technology*. In: Corporate Environmental Strategy. 10.4, 2003. S. 73–80.
- Tobias, M./ Pongratz, S.: *Sustainability need Communication*. In: Proceedings of „Electronic Goes Green 2004“. Ohne Ortsangabe 2004.

Anmerkung

- (1) Die vollständigen Ergebnisse stehen zum kostenlosen Download unter www.izt.de oder www.bitkom.org zur Verfügung.

AUTOREN + KONTAKT

Siegfried Behrendt ist Projektleiter am Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT).

Dr. Mario Tobias ist Bereichsleiter Umwelt und Nachhaltigkeit beim Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM).

IZT, Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin.
E-Mail: s.behrendt@izt.de

BITKOM, Albrechtstr. 10, 10117 Berlin.
E-Mail: m.tobias@bitkom.org



(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.