

► **Wasser** Wieso Nachhaltigkeitsberichte stärkere internationale Normen brauchen | Warum die «Global Reporting Initiative» weltweit die Messlatte ist | Wieso Wasser das neuste Nachhaltigkeitsthema ist



Wasser wird immer knapper. Ein Konzern, der wie Nestlé nachhaltig sein will, muss sich deshalb immer öfter dafür rechtfertigen, dass er mit Wasser viel Geld verdient.

Oft bleibt bei der nachhaltigen Fassade

LEITLINIEN Ein schöner Nachhaltigkeitsbericht allein sagt noch nichts über nachhaltige Taten aus. In der Schweiz halten sich nur 19 Konzerne an die anerkannte Global Reporting Initiative.

CLAUDIA GNEHM

Glaut man den Hochglanzbroschüren der Unternehmen, dann gibt es viele Champions in Sachen Nachhaltigkeit. Doch so frisch grün, wie es oft verkauft wird, ist manches nicht. Die Standards, denen die Corporate Social Responsibility und die Reports entsprechen, sind oft sehr vage. Selten richten sie sich nach hohen internationalen Richtlinien wie der Global Reporting Initiative (GRI). Die GRI-Leitlinien sind zurzeit der einzige globale Orientierungsrahmen für die Inhalte von Nachhaltigkeitsberichten. An der GRI orientieren sich beispielsweise die Nachhaltigkeitsberichte von Axpo und Nestlé. Allerdings ist das mit Vorsicht zu geniessen, denn sie sind nicht GRI-geprüft. In der Schweiz nehmen 32 Unternehmen an der GRI teil. Davon sind aber nur 19 von der GRI geprüft.

Wie ernst gemeint die vielen – sicher lobenswerten – freiwilligen Nachhaltigkeitsinitiativen der Unternehmen sind, ist schwer nachzuprüfen. Halbherzig sei die Umsetzung der Klima-Initiative der Zürich Versicherung, moniert etwa Actares (Aktionärinnen und Aktionäre für nachhaltiges Wirtschaften). «Die Initiative von 2008

ist zwar ein guter Ansatz, in zahlreichen Geschäftsbereichen ist jedoch noch wenig geschehen.» Actares begrüsst auch das gruppenweite CO₂-Reduktions-Ziel von 10% bis 2013 und die Fortschritte bei der Messung und dem Management der CO₂-Emissionen. Die Aktionärsgruppe wendet aber ein, dass die Handlungsmöglichkeiten eines weltweit tätigen Konzerns in keiner Weise ausgeschöpft würden und dass die Initiative mindestens zum Teil der Image-Pflege diene.

Manche Umweltinitiativen sind direkte PR-Offensiven. Der aufwendige Carbon Footprint, den Nestlé für Getränke erheben liess (siehe Grafik), wird auch von Nestlé selber als Image-Offensive

deklariert. Die Studie soll der Kampagne gegen Mineralwasser den Wind aus den Segeln nehmen. Wie die Daten zeigen, verbraucht zwar Hahnenwasser weniger CO₂, Wasser und Energie als käufliches Mineralwasser, aber im Vergleich zu den gängigen anderen Getränken schneidet Mineralwasser geradezu umweltfreundlich ab.

Anerkannte Standards sind nötig

Die Freiwilligkeit der Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit hat in einigen Fällen zu anerkannten internationalen Bewegungen geführt wie etwa zum Carbon-Disclosure-Projekt. Dabei wird die Transparenz punkto CO₂-Emissionen bei inzwischen 1800 Firmen erho-

ben. In vielen Fällen sind die Nachhaltigkeitsziele aber beliebig. Novartis etwa gibt an, den Kontaktwasserverbrauch pro Umsatz zwischen 2005 und 2010 um 10% senken zu wollen, wobei schon letztes Jahr 35% eingespart wurden.

Ein bekannter internationaler Benchmark ist der Sustainability Index der Vermögensverwaltungsgesellschaft SAM. Er wird bei weltweit 2500 Firmen erhoben und stellt für Investoren eine gute Orientierungshilfe dar.

Fest steht, dass der Wildwuchs von privaten Initiativen und Benchmarks darauf hinausläuft, dass nur noch international anerkannte Standards überhaupt einen Wert darstellen können.

Wasserkrise wird für Unternehmen ernsthafte Folgen haben

Das Engagement multinationaler Konzerne im Kampf gegen die Wasserknappheit geht weit über Imagekampagnen hinaus. Für Nestlé besteht kein Zweifel, dass die Wasserkrise in den nächsten Jahren ernsthafte Folgen für die Ernährungssicherheit und damit für das Tagesgeschäft haben wird. «Schon heute wird unser Geschäft stark vom Zugang zu und Vorhandensein von Wasser beeinflusst», sagt Nestlé-Sprecher Fehrhat Soygenis. Auch Swiss Re zählt Wasserknappheit zu den künftigen grossen Risiken.

Syngenta wiederum hat wie die meisten Unternehmen ein Interesse, den Wasserverbrauch der eigenen Produktkette zu minimieren. Gleichzeitig bietet der Agrokonzern aber auch Lösungen für Landwirte an, um den Wasserbedarf zu drosseln.

Nestlé und Syngenta machen bei der Initiative «2030 Water Resources Group» mit, in welcher sich die zur Weltbank gehörende International Finance Corporation, das Beratungsunternehmen McKinsey, Barilla, Coca-Cola, der Bierbrauer SABMiller, die Standard Chartered Bank und New Holland Agriculture zusammenschlossen haben. Gemäss einem Report der Gruppe wird der weltweite Wasserverbrauch bis 2030 von heute 4500 Mrd m³ auf 6900 Mrd m³ zunehmen. Das sind 40% mehr, als heute verfü-

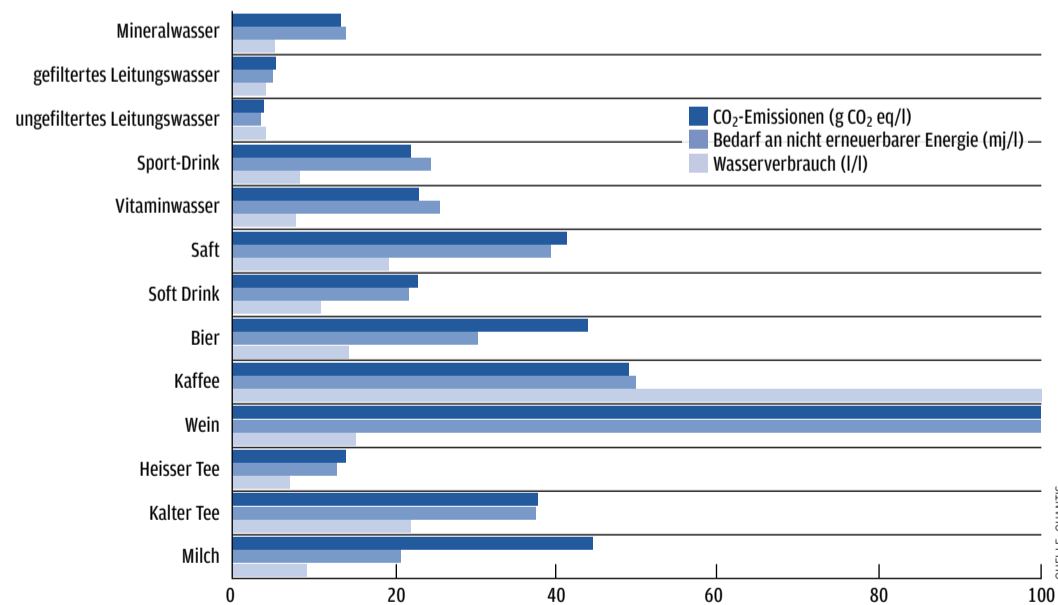
bar und nachhaltig erschliessbar ist. Die Studie errechnete, dass mit technischen Massnahmen die Wasserlücke bis 2030 geschlossen werden könnte. Kostpunkt: 50 bis 60 Mrd Dollar pro Jahr.

Aufgrund der Bedeutung der Landwirtschaft sind vor allem Verbesserungen beim Anbau und bei der Produktion von Nahrungsmitteln angesagt. Neben effizienter Bewässerung – vor allem dem Stopp der Überbewässerung – sieht der Report Potenzial in der Produktivitätssteigerung und beim Wasserbedarf der Pflanzen.

Hier kommt Syngenta zum Zug. Die Kritiker der Konzerne zeigen sich von den Bemühungen unbeeindruckt. «Was nützt es, wenn Syngenta die Wassernutzung optimieren will, zugleich aber massive Wasserverschmutzungen verursacht?», fragt Oliver Classen von der Erklärung von Bern (EvB). Eine brisante Studie des Pesticide Action Network etwa belegt, dass der Basler Agrokonzern zu den grössten Wasserverschmutzern der USA gehöre. Als weltweit wichtigster Produzent des umwelt- und gesundheitsschädigenden Pestizids Atrazine trage Syngenta die Verantwortung für grossflächige Grundwasserverseuchungen in mindestens zehn US-Bundesstaaten. In der Schweiz und in der EU sei dieser hormonaktive Wirkstoff seit Jahren verboten. (clu)

Mineralwasser schneidet relativ zu anderen Getränken sehr umweltfreundlich ab

Studie von Nestlé zu CO₂-Emissionen, Energie- und Wasserverbrauch gemessen am grössten Verbraucher (in %)



BENCHMARKS

Die GRI gilt als höchster Nachhaltigkeitsausweis

GRI Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt in einem partizipativen Verfahren Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Grossunternehmen, KMU, Regierungen und NGO. Die aktuelle GRI-Richtlinie (G3) wurde im Oktober 2006 vorgestellt. Sie umfasst über 120 Indikatoren, die sowohl ein Unternehmen und dessen Leistung als auch den Bericht selbst bewerten lassen. Dazu gehören unter anderem neun ökonomische und 30 ökologische Indikatoren sowie solche zu Arbeitspraktiken, zur Menschenrechtssituation und zur Produkteverantwortung (www.globalreporting.org).



tiken, zur Menschenrechtssituation und zur Produkteverantwortung (www.globalreporting.org).

Teilnehmer International nehmen gegen 2000 Unternehmen an der Global Reporting Initiative teil. Im letzten Jahr waren auch 32 Firmen aus der Schweiz dabei. 19 Reports wurden von GRI geprüft, acht sind

selbstdeklariert und zwei von Drittparteien. Drei laufen unter «nicht deklariert». Zu den GRI-Geprüften zählen unter anderem die fünf Schweizer Unternehmen SGS, Swisscom, Roche, Clariant und Straumann.

Alternativen An weiteren Messlaten im Sustainability Reporting fehlt es nicht: Am verbreitetsten ist der Standard ISAE 3000. Er gilt aber als wenig verbindlich, da er die Einhaltung der Accountability-Prinzipien nicht überprüft. Oft kommt auch der AA1000 Assurance Standard (AA1000AS) von



AccountAbility (www.accountability21.net) zur Anwendung. Bei Prüfungen nach dem ISAE 3000 liegt der Fokus auf der Richtigkeit und Vollständigkeit der Berichtsangaben. Eine Prüfung nach AA1000AS beinhaltet darüber hinaus eine Beurteilung hinsichtlich der Einhaltung der Accountability-Prinzipien «Inklusivität, Wesentlichkeit und

Reaktivität», wobei die Prüfung von Berichtsangaben wie bei ISAE 3000 optional ist. Gemäss einer globalen Studie über die Nachhaltigkeitsberichte der «Global Fortune 250» haben im Jahr 2008 40% der untersuchten Unternehmen geprüfte Nachhaltigkeitsinformationen veröffentlicht. Der am häufigsten angewandte Prüfungsstandard ist derzeit der ISAE 3000 (62%), gefolgt vom AA1000AS (33%). Beide können auch in Kombination verwendet werden.

ISO Die Internationale Organisation für Normung – kurz ISO – ist

die internationale Vereinigung von Normungsorganisationen und erarbeitet internationale Normen in allen Bereichen mit zwei Ausnahmen: In der Elektrik und der Elektronik ist die Internationale elektrotechnische Kommission (IEC) zuständig, und in der Telekommunikation die Internationale Fernmeldeunion (ITU). Die drei Organisationen ISO, IEC und ITU bilden gemeinsam die WSC (World Standards Cooperation). Die ISO besteht aus nationalen Normierungsgesellschaften. In der Schweiz ist dies die Swiss Association for Standardization (www.snv.ch).

► **Wasser** Schweizer Konzerne setzen international die Agenda in der Wasserthematik | Die neue Initiative von Nestlé, Syngenta, Holcim und anderen Konzernen für einen Wasserfussabdruck nach ISO-Norm



In Peking wird das Wasser wegen Knappheit rationiert. Die Arbeiter auf einer Baustelle in Chinas Hauptstadt können von Glück reden, wenn kühles Nass aus der Rohrleitung fliesst.

Rennen um kleinen Wasserfussabdruck

WETTBEWERBSFAKTOR Nestlé, Clariant, Holcim, Syngenta und Novartis verpflichten sich nicht nur, erstmals in einem gemeinsamen Projekt ihren Wasserfussabdruck zu reduzieren. Die Konzerne treiben auch eine neue internationale ISO-Norm für Wasserfussabdrücke von Firmen voran.

CLAUDIA GNEHM

An der ISO-Normierung von Wasserfussabdrücken sind wir beteiligt, weil damit ein einheitlicher internationaler Standard geschaffen werden kann», sagt Nestlé-Sprecher Soygenis Ferhat auf Anfrage der «Handelszeitung». Der Hintergrund: Die Internationale Organisation für Normung (ISO) hat die Waadtländer Firma Quantis beauftragt, innert fünf Jahren einen ISO-Standard zu erarbeiten. Für Unternehmen auf der ganzen Welt bedeutet dies künftig: Wollen sie wettbewerbsfähig sein, müssen sie über jeden Tropfen Wasser, den sie brauchen, Rechenschaft ablegen.

Der Mann, der bei Quantis für das ISO-Projekt verantwortlich ist und Unternehmen, die Wasser verschwenden, das Fürchten lehrt, heisst Sebastien Humbert. Er sagt: «Das Engagement der Unternehmen ist essenziell, um gegen die drohende Wasserknappheit anzukämpfen.» Die Notwendigkeit, den Einfluss von und Fortschritte bei Corporate Wasserfussabdrücken zu messen und zu kommunizieren, sei grösser denn je.

Ganze Wertschöpfungskette

Quantis, aus einem Spin-off der ETH Lausanne entstanden, ist auf Life Cycle Assessment spezialisiert und hat bereits den Kohlendioxid- und Wasserfussabdruck des Kleiderherstellers Switcher erhoben. Quantis arbeitet auch bei einem

Wasserfussabdruck geht über direkten Wasserverbrauch hinaus

Bei der Erhebung des Wasserfussabdruckes für Unternehmen sollen über 4000 Prozesse berücksichtigt werden



Inventar

Wie viel Wasser braucht ein Unternehmen, Lieferant, Bauer? Woher?



Kontext

Wie gut ist der lokale Wasservorrat und die Versorgung der Bevölkerung? Welche Risiken bestehen?



Auswirkungen

Wie beeinflusst der Wasserbedarf das Ökosystem und die Versorgung/Gesundheit der Menschen.



Wasserfussabdruck-Einheit

Frischwasser in m³-Äquivalenten

Einbezug der gesamten Wertschöpfungskette erzielt werden kann», sagt Elouisa Dalli vom Agrokonzern Syngenta. Eine effiziente Nutzung von Wasser, aber auch Land, Boden und Energie, sei für Syngenta und die Landwirte der Schlüssel dazu, die wachsende Nachfrage nach Lebensmitteln zu befriedigen, ohne dabei wertvolle natürliche Ressourcen zu verschwenden. Weiter: «Dies ist die erste Studie ihrer Art in Kolumbien und wir hoffen, dass diese über die beteiligten Unternehmen hinaus zu einem besseren Umgang mit Wasser führen wird.»

Vorbild für andere Unternehmen

Wie Nestlé befürwortet auch Syngenta die Normierung der Messung des Wasserverbrauchs. Allerdings sollte sie sich nicht auf ein Produkt, sondern auf das ganze Unternehmen oder eine operative Einheit beziehen. «Die Messung des Wasserverbrauchs jedes einzelnen Produkts ist unseres Erachtens beinahe nicht machbar und sogar irreführend», sagt Dalli. Es stellten sich dann Probleme der Vergleichbarkeit von Produkt zu Produkt als auch über geografische Räume hinweg, wenn zum Beispiel eine Tomate aus einem trockenen Gebiet mit einer aus der Schweiz verglichen werden sollte.

Auch Holcim messe dem Thema Wasser seit längerer Zeit eine

grosse Bedeutung bei, erklärt Sprecher Roland Walker. Mit der Teilnahme am Projekt will man andere Unternehmen motivieren, ähnliche Anstrengungen zu unternehmen. Clariant wiederum erhofft sich vom Projekt nicht nur eine Reduktion des Wasserverbrauchs, sondern sieht dies auch als Investition in das gute Image als Lieferant für Abfall- und Wasserwiederaufbereitung, wie Clariant-Sprecher Arnd Wagner erklärt.

Wirtschaftliche Motivation

«Die Reduktion des Wasserfussabdrucks ist für Novartis nicht nur aus sozioethischen, sondern auch aus wirtschaftlichen Gründen wichtig», sagt Sprecher Satoshi Sugimoto. Die Wasserfussabdrücke der einzelnen Standorte würden im Detail gemessen und rapportiert.

Wollen Firmen konkurrenzfähig sein, dürfen sie kein Wasser verschwenden.

Noch misst jedes Unternehmen seinen Wasserfussabdruck individuell. Die grössten Herausforderungen bei der Schaffung eines einheitlichen Wasserfussabdruckes be-

schreibt Quantis-Experte Humbert wie folgt: Einerseits soll der Abdruck auf einem wissenschaftlichen Modell beruhen, das aber nicht zu sehr vereinfacht und trotzdem von den Praktikern akzeptiert werden sollte. Andererseits müssten möglichst viele Daten in einer Messgrösse zum Ausdruck kommen.

weltweit einzigartigen Pilotprojekt von Nestlé, Holcim, Clariant und Novartis im Wasserbereich mit. Die multinationalen Konzerne haben sich in dem von der Direktion

für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) lancierten Projekt in Kolumbien verpflichtet, ihren Wasserfussabdruck zu reduzieren. Dabei soll der Wasserverbrauch

in der ganzen Versorgungskette durchleuchtet werden.

«Der Ansatz des Projekts entspricht unserer eigenen Erfahrung, dass der grösste Nutzen durch den

auskommen. Die Schweizer brauchen im Durchschnitt 5,1 ha. Würden alle Menschen so leben wie die Schweizer, wären 2,5 Planeten wie die Erde nötig. Der persönliche Fussabdruck kann auf www.footprint.ch errechnet werden.

Klimafussabdruck Der Carbon Footprint oder CO₂-Fussabdruck eines Schweizers beträgt 18,4 t Kohlendioxid (CO₂). Davon entstehen nur 36% im Inland. In Uganda und Bangladesch liegt der Abdruck bei 1 t CO₂ und in den USA bei 30 t CO₂.

Der Planet Erde gilt als Einheit für den Verbrauch von Ressourcen. von nur 1,8 ha (18 000 m²). Der Fussabdruck eines Menschen in Europa beträgt aber 4,8 ha, in den USA gar 9,4 ha. Eine Chinesin hingegen muss zum Beispiel mit 1,6 ha und ein Inder mit 0,8 ha



FUSSABDRUCK

Mass für den Verbrauch von Ressourcen

Die Idee Der ökologische Fussabdruck rechnet den Verbrauch von natürlichen Ressourcen in eine Flächeneinheit um. Einem Fussabdruck steht die Biokapazität einer Region gegenüber.

Persönlicher Fussabdruck Wenn alle 6,4 Mrd Menschen so leben würden wie in der Schweiz, dann würden die Ressourcen mehrerer Planeten wie der Erde verbraucht. Bei fairer Verteilung der produktiven Flächen der Erde entfällt auf jeden Menschen ein Fussabdruck



Auch Medikamenten lässt sich ein CO₂-Fussabdruck zuordnen.

Produkte-Abdruck Um die Einflussgrössen für die Umwelt besser auszuloten, erhebt Novartis den CO₂-Fussabdruck einzelner Produkte. Ein Beispiel: Die mittlere notwendige Jahresdosis (oder eine

Tablette täglich) des Blutdruckmedikaments Diovan beinhaltet einen Kohlendioxidfussabdruck von 10 kg CO₂-Äquivalenten, was einer Autofahrt von 40 km entspricht.

Footprintnetwork Die verschiedenen Bemühungen und Standards für Ressourcenfussabdrücke sind unter www.footprintnetwork.org zu finden. Am bekanntesten sind der persönliche Fussabdruck und der Carbonfootprint (CO₂). Der ökologische Fussabdruck, wie er jetzt weltweit verwendet wird, wurde vom Basler Umweltwissen-

schafter Mathis Wackernagel in den 90er-Jahren entwickelt.

Wasserfussabdruck Standards für einen Wasserfussabdruck sind erst seit kurzem ein Thema (www.waterfootprint.org). Bereits seit einiger Zeit werden Wasserfussabdrücke von Produkten (eine Tasse Kaffee beispielsweise braucht 140 l Wasser) erhoben. Die Krux dabei ist, nicht nur den Wassergehalt des Produktes, sondern des ganzen Herstellungsprozesses zu eruieren. Methoden zur Errechnung von Wasserfussabdrücken von Firmen werden derzeit erarbeitet.